

الفنّ التشكيليِ والاقتصادِ الإبداعيِ

كيفَ يصبحُ الإبداعُ سلعةً؟

إعداد:

د / عبد اللّه التميمي



طُبع بدعم من وزارة الثقافة

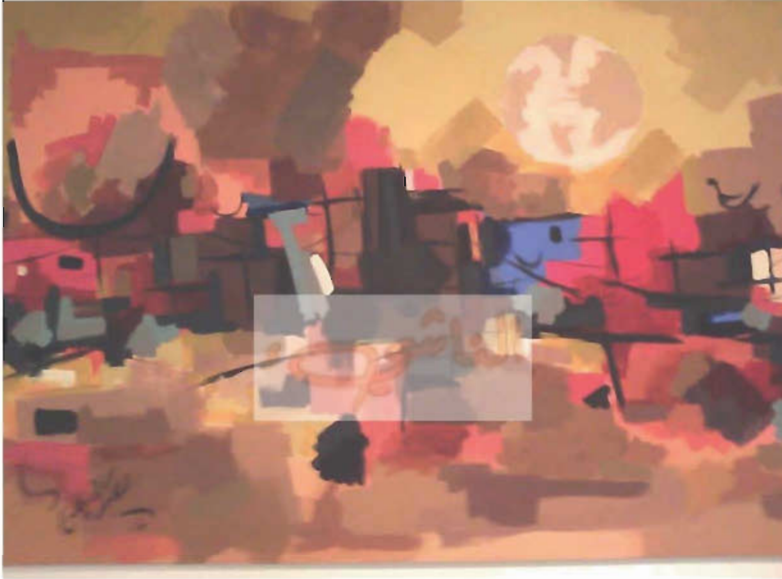
2 0 2 4

الفنّ التشكيليِ والاقتصادِ الإبداعيِ

كيفَ يصبحُ الإبداعُ سلعةً

الفنّ التشكيليِ والاقتصادِ الإبداعيِ

كيفَ يصبحُ الإبداعُ سلعةً



عبدالله احمد التميمي

وزارة الثقافة

طُبع بدعم من وزارة الثقافة

2 0 2 4

الطبعة الأولى

2024

رقم الإيداع لدى دائرة المكتبة الوطنية (4060 / 4 / 2023)

بيانات الفهرسة الأولية للكتاب:

عنوان الكتاب	الفن التشكيلي والاقتصاد الابداعي
تأليف	التميمي ، عبدالله احمد عبدالفتاح عبدالباسط
بيانات النشر	عمان: عبدالله احمد عبدالفتاح عبدالباسط التميمي، 2023
الوصف المادي	134 صفحة
رقم التصنيف	730.285
الواصفات	/الفنون التشكيلية//الذكاء الاصطناعي//التسويق الإلكتروني//تكنولوجيا الاتصالات/
الطبعــة	الطبعة الأولى

يتحمل المؤلف كامل المسؤولية القانونية عن محتوى مصنفه ولا يعبّر هذا المصنف عن رأي دائرة المكتبة الوطنية أو أي جهة حكومية أخرى.

ISBN : 978 - 9923 - 0 - 1092 - 1 (ردمك)

الآراء الواردة في الكتاب لا تعبّر بالضرورة عن رأي الجهة الداعمة

اَلْفَنّ... هُوَ اَلْمَوْرِدُ اَلْأَسَاسِيُّ لِلْعَقْلِ اَلَّذِي تَمْتَلِكُهُ بِالْفِعْلِ

تَعَرَّفَ عَلَى اَلْحَقِيقَةِ... فِي كَامِلِ إِمْكَانَاتِهَا بِنَفْسِكَ

عِنْدَمَا تَتَذَكَّرُ مِنْ أَنْتَ... حَقًّا سَيَنْعَكِسُ اَلْجَمَالُ اَلَّذِي بِدَاخِلِكَ

أَطْلَقَ اَلْعِنَانُ لِخَيَالِكَ... يُصْبِح كُلُّ شَيْءٍ مُمْكِنٍ

الإبداع لَيْسَ وُجْهَةً... إِنَّهَا حَالَةٌ دَاخِلِيَّةٌ لِلْوُجُودِ

وَهِيَ حَالَتُكَ اَلطَّبِيعِيَّةُ... اِكْتَشَفَ ذَاتَكَ اَلْحَقِيقِيَّةَ

أَنَّ فَهْمَ قُوَّةِ الإبداع... هِيَ اَلْخُطْوَةُ اَلْأُولَى نَحْوَ اَلسِّيَادَةِ اَلْكَامِلَةِ عَلَى عَالَمِكَ

أَنَّهُ أَنْتَ... كُنْتَ دَائِمًا وَسَتَضِلُّ كَذَلِكَ.

د. عبدالله احمد التميمي

المقدمة

يقدمَ هذا الكتابِ دراسةً لتحولاتِ الفنِ التشكيليِ المعاصرِ نحوَ الاقتصادِ الإبداعيِ، بما في ذلكَ نتائجُ دخولِ الذكاءِ الاصطناعيِ إلى عالمِ صناعةِ الفنِ التشكيليِ، فضلاً إلى التداخلِ المتزايدِ بينَ مجالاتِ الوسائطِ الرقميةِ ووسائلُ التواصلِ الاجتماعيِ وتسويقِ الفنِ التشكيلي المعاصرِ على شبكةِ الإنترنت، وما ينعكسُ على ذلكَ منْ تأثيرِ العولمةِ الرقميةِ على إعادةِ تشكيلِ هويةِ المجتمعِ وفي ظلِ مفهومِ الاقتصادِ المبني على الإبداعِ، وتوجهَ دولُ العالمِ نحوَ الوسائطيةِ الرقميةِ، يتفردَ مفهومُ الفنِ التشكيلي المعاصرِ، بالقدرةِ على إنتاجِ أفكارٍ ابتكاريةٍ جديدةٍ تتصفُ بالندرةِ الإبداعيةِ ذاتِ القيمةِ الجماليةِ الاستهلاكيةِ، وبالتالي فإنَ العلاقةَ بينَ المهارةِ الإبداعيةِ في الفنِ التشكيلي والاقتصادِ الإبداعيِ هيَ علاقةٌ تكامليةٌ لاعتمادِ هذا الاقتصادِ على الاستثمارِ في الأفكارِ ومهاراتِ الوسائطيةِ الرقميةِ المبنيةِ في الأساسِ على الإبداعِ التشكيلي، كما أنَ الاقتصادَ الإبداعيَ المرتبطَ في الفنِ التشكيلي لا يعتمدُ على الاستثمارِ الكمي في إنتاجِ الأعمالِ الفنيةِ فحسبَ، بلْ على المهارةِ العاليةِ في طريقةِ التسويقِ والترويجِ لتلكَ المنتجاتِ.

لذلكَ أنَ الانتقالَ منْ الاقتصادِ الريعي الاستهلاكيِ إلى الاقتصادِ الإبداعيِ القائمِ على الاستثمارِ في القيمةِ الجماليةِ، يحققَ ترجمةً حقيقيةً لرعايةِ المواهبِ والمهاراتِ الفنيةِ في مجالِ الفنِ التشكيلي وبالتالي تعظيمُ الناتجِ المحلي على شكلِ قيمةٍ تجاريةٍ اقتصاديةٍ مضافةٍ، تساهمَ في المحصلةِ إلى تعزيزِ الاندماجِ الاجتماعيِ والتنميةِ البشريةِ، وفي ذاتِ الوقتِ تحققَ نموا في العائدِ العامِ للدخلِ القوميِ فكلما كانَ العالمُ أكثر تعقيدا وجبَ علينا أنْ نكونَ أكثر إنتاجيةَ وأكثر إبداعٍ لمواجهةِ تحدياتِ القرنِ المعاصرِ.

منْ خلالِ القدرةِ على إنشاءِ وتداولِ رأسِ المالِ الفكريِ الإبداعيِ بينَ أفرادِ المجتمعِ، وبالتالي يساهمُ هذا الإجراءِ في توسعِ مجالاتِ الإنتاجِ وزيادةِ دخلِ الفنانِ التشكيليِ، وفي ذاتِ الوقتِ يعملُ على تعزيزِ الاندماجِ الاجتماعيِ والتنوعِ الثقافيِ بينَ أفرادِ المجتمعِ، تتلخصَ هذهِ الرؤيةِ بمفهومِ الاقتصادِ الإبداعيِ في زمنِ العولمةِ الرقميةِ والذكاءِ الاصطناعيِ، حيثُ تقومُ هذهِ التقنيةِ الحديثةِ على الاستثمارِ في الأفكارِ والمواهبِ الإبداعيةِ ودمجها في التكنولوجيا الرقميةِ، هذا يعني اقتصادا في خدمةِ هدفٍ إبداعيٍ يحملُ مفهومَ قيمةٍ استثماريةٍ تمَ إسقاطُ قيمةٍ جماليةٍ عليهِ. وبالتالي أنهُ منْ غيرِ المنطقيِ تعريفُ الاقتصادِ الإبداعيِ بما ينتجُ عنهُ فقطْ، بلْ بطريقةِ فهمهِ وتنظيمهِ، فعندما نمزجُ صناعةُ الفنِ التشكيليِ المعاصرِ بمفهومِ الاستثمارِ، نصلُ إلى مصطلحِ الاقتصادِ الإبداعيِ المرتبطِ بعجلةِ الإنتاجِ التجاريِ، وهذهِ الصناعةُ تهدفُ بالأساسِ إلى استغلالِ الأفكارِ الإبداعيةِ كموردٍ لتوليدِ الثروةِ على المستوى القوميِ.

ومنْ هذا المنطلقِ إنَ توضيحَ مصطلحِ الاقتصادِ الإبداعيِ يستدعي إعادةَ التفكيرِ في مفهومِ الفنِ التشكيليِ المعاصرِ منْ ثلاثةِ محاورَ: الجماليَ وعلاقتهِ بالوظائفيةِ، الأنثروبولوجيَ وعلاقتهِ بالهويةِ، والاستثماري وعلاقتهُ بالوسائطيةِ الرقميةَ، حيثُ إنَ تفسيرَ هذهِ المحاورِ الثلاثِ يعني توضيحَ أثرِ الاقتصادِ الإبداعيِ في المجتمعِ وعلى الاقتصادِ الوطنيِ بصورةٍ عامةٍ، فضلاً على ارتباطِ مصطلحِ الاقتصادِ الإبداعيِ ارتباطا وثيقا في الفنِ التشكيليِ المعاصرِ؛ وهذا هوَ جوهرُ موضوعِ هذا الكتابِ.

الفصل الأول

الفنّ التشكيليِ المعاصرِ والاقتصادِ الإبداعيِ

تمهيد

ما هو الفن التشكيلي المعاصر؟ ما هي العلاقة التي تربط الفن التشكيلي المعاصر في الاقتصاد الإبداعي؟ وهل هناك طريقة غير تقليدية لتسويق الفنان لعمله الفني، ولماذا لا يعتمد تسويق الفنان لإنتاجه الفني على مستوى القيمة الإبداعية والجودة الفنية، أو على المهارة الأكاديمية والحرفية العالية فحسب؟ بل يعتمد على مهارته في التكنولوجية الرقمية وحجم علاقاته الشخصية.

وفي الإجابة على تلك الأسئلة يتجسد معنى الاقتصاد الإبداعي الذي يهتم بطرق الإنتاج وآلية تسويق وتبادل السلع القائمة بالأساس على المهارة الإبداعية والحرفية العالية في الترويج، والذي يعتبر حلقة الوصل بين الفن التشكيلي المعاصر والاقتصاد الإبداعي وعلى الرغم من تصنيف الفن التشكيلي المعاصر على أنه صناعة إبداعية، وسلعة قابلة للبيع والشراء إلا أن تعلم الفنان مهارات الوسائطية الرقمية، يعتبر السبيل الوحيد لمواكبة العصر.

نشأة وسمات الفن التشكيلي المعاصر

يُعتقد أن مرحلة الفن التشكيلي المعاصر قد بدأت بعد فترة فن (البوب أرت) في ستينيات القرن الماضي، وهناك من يعتبر أن الفن التشكيلي المعاصر هو عبارة عن مصطلح تمت صياغته في أواخر الثمانينيات، ولكن الرأي السائد هو أنه لا توجد فترة محددة لانتشار وتداول مصطلح الفن التشكيلي المعاصر في المجتمع، فالإنسان الأول كان معاصراً لرسوم كهوف (الاسكو والتيميرا)، ومن هذا المنطلق تندرج هذه الرسوم تحت مفهوم الفن التشكيلي المعاصر للإنسان الأول، وبالتالي أن مفهوم المعاصرة يعني معايشة الشيء بسياقه التاريخي، لذلك يمكن اعتبار الفن التشكيلي المعاصر (الحاضر) مفهوم لوصف فنون التشكيل في الفراغ والقائمة على الفلسفة الفردية للفنان، وطبيعة التجربة التي خاضها حتى نضجت، وتمثل كل مهارات النحت والخزف والرسم في الوقت الحاضر، وغالباً ما يرتكز مصطلح الفن التشكيلي المعاصر على التعبير الفردي التجريبي للفنان.

في حين أن الفن الرقمي يعتبر خروجاً عن تقاليد الفن التشكيلي التقليدي، الذي يشمل كل أشكال الوسائط التشكيلية التي يستخدمها الفنانون في عصرنا الحالي الذي نعيش فيه بغض النظر عن الأسلوب أو التقنية المستخدمة في انتاج العمل، وفي الغالب يحمل هذا المُنتج التشكيلي المعاصر فكرة ورسالة ذات مضمون، ويعكس قضايا مجتمعية معاصرة في وقتنا الحاضر، ويرتبط بالهوية والعرق والمكان، بالإضافة إلى فلسفة أفراد المجتمع من منظور أنثروبولوجي، "كما يرتبط الفن التشكيلي المعاصر بالقيم الجمالية المفاهيمية والتي رفضت فكرة اعتبار الفن سلعة مثل الفنون الأدائية المتصلة بالرسم على الجسد والتي كان لها علاقة بقضايا العصر

الحالي. وبالتالي أن الفن التشكيلي المعاصر هو فن الوقت الحاضر الذي يعكس رؤية المجتمع لكثير من القضايا المعاصرة، كما أصبحت عولمة هذا الفن حقيقة واقعية، والسبب وراء هذا التدويل هو انفتاح الفن المعاصر على التكنولوجيا الرقمية وشبكة الإنترنت، فضلاً عن ارتباطه بالاقتصاد الإبداعي الدولي"[1]؛ وبالتالي يمكن اعتبار الفنون التشكيلية هي نتاج إنساني تعبيري تدخلت فيه الحالة الحسية لإنتاج ما هو مرئي وخارج من بنية خاضت تجربة حسية وقامت بتطويرها.

- ويتصف الفن التشكيلي المعاصر بالسمات والخصائص التالية:

1. الابتكار والتجريب من خلال تقديم أشكال ورموز تتميز بدمج وسائط وتقنيات متعددة.
2. استخدام الفنانين وسائل صناعية وتقنية رقمية في إنتاج وترويج العمل التشكيلي لإضفاء الحيوية والجاذبية على أعمالهم لم تكن مستخدمة في القرن الماضي.
3. غالباً ما يُركز الفن التشكيلي المعاصر على التجريب والحرية المطلقة في انتاج العمل
4. الخصوصية والتفرد والتأثير الاجتماعي هي احدى سمات الفن التشكيلي المعاصر
5. غياب التخطيط المسبق للتصوير التشكيلي مع السرعة في تنفيذ الأعمال التعبيرية التجريدية
6. الاهتمام بحالة اللاوعي والعفوية المطلقة في تنفيذ العمل

---

[1] ويليام، ريفرزو (2015م). الاتصال الجماهيري والمجتمع المعاصر، ترجمة أحمد طلعت البشبشي، دار المعرفة الجامعية، مصر ص76

7. التحرر من قيود المدارس الفنية بهدف استخراج الملكات الإبداعية وليس التقليد
8. الألوان المستخدمة في التصوير التشكيلي قوية وذات محتوى رمزي
9. يهتم الفن التشكيلي المعاصر في إظهار الحركة في العمل الفني مع تكرار الأشكال والرموز
10. يتأثر الفن التشكيلي المعاصر بالانطباعية والتكعيبية والمدرسة الوحشية
11. يعتمد على إظهار العلاقات بين الخط واللون لمحاكاة قوى طاقة الطبيعة كوسيلة لوصف الضوء والظل كما في الشكل (1)



الشكل رقم (1) لوحة للفنان david-wojnarowicz [1]

نستنتج من تلك السمات أن مرحلة الفن التشكيلي المعاصر تتجاوز مفهوم دلالة الشكل للوصول إلى آفاق غير محدودة في التعبير، مع استخدام وسائل وتقنيات متعددة بهدف تغذية الإبداع، مع تهميش فكرة المحاكاة القائمة على التماثل وقواعد المنظور، ولهذا السبب يصعب على المشاهد في كثير من الأحيان فك شفرة اللوحة المعاصرة، ويتساءل كثير من الناس عن

[1] https://robodk.com/blog/lights-out-robot-painting /

معناها وبالتالي فإن الفنان المعاصر يجعل فردانيته وعالمه الداخلي موضوعا لعمله التشكيلي، ويبدأ في بناء العمل من إعجابه للمكان أو الحالة المجتمعية، أو من عدم الرضا عن الواقع المعاصر والمواضيع تكون أكثر تنوعا، على الرغم من التزام بعض الفنانين المعاصرين ببعض القواعد الأكاديمية القديمة للمدارس الفنية، إلا أن موجة الوسائطية الرقمية للفنانين الشباب تجاوزت كثيرا من القواعد الأكاديمية من خلال المزج بين تقنيات وأساليب متعددة ضمن إطار التقنية التكنولوجية الحديثة، ولا غرابة من تمكن شباب هذا العصر في السيطرة على سوق الفن العالمي، وذلك بسبب الدراية المعمقة في خوارزميات العالم الرقمي، وهذا بلا شك أثر على المنتج التشكيلي المعاصر بشكل جذري، حتى باتت صناعة الفنان جزأ لا يتجزأ من صناعة المنتج الفني، ومن هذا المنطلق يمكن تحليل تلك الإسقاطات الرقمية على المنتج التشكيلي من منظور النشاط الأنثروبولوجي الإبداعي للشعوب كعمل فني بحد ذاته.

وبالتالي يمكن اعتبار تلك الحالة علاقة ديناميكية معقدة غير مسبوقة تمثل سلوك المجتمع في تشكيل العمل الفني، بحيث يتم تعريف الفن التشكيلي المعاصر بهذه الحالة على أنه نشاط ترويجي مرتبط بحقول وتخصصات متعددة، مع الحفاظ على كينونته الإبداعية الابتكارية ذات الملكية الفكرية الحصرية لذلك المنتج، مما يوثق بذلك قواعد تسويقية جديدة للعمل الفني التشكيلي المجتمعي تتجاوز الطريقة التقليدية لمفهوم الفن، من خلال إشراك المتلقي للعمل الفني "جمهور وسائل التواصل الاجتماعي" بترشيح شخصية ذلك الفنان كقيمة ثقافية إبداعية، وذات صبغة تجارية تحمل رسالة ومضمون تصل به في النهاية إلى العالمية كما تلعب

الوسائطية الرقمية دورا حاسما في تسويق العمل الفني التشكيلي المعاصر حيث يمكن لصالات العرض والمتاحف والفنانين استخدام هذه المنصات للترويج لأعمالهم وجذب مزيد من المشاهدين، من خلال خدمة نشر صور اللوحات بجودة عالية مع خدمة تزويد الجمهور بكل تفاصيل العمل وتاريخه وتقنيات إنتاجه، كما يمكن للفنانين استخدام الوسائطية الرقمية لإنشاء محتوى تصويري رقمي مدمج، يحمل رسالة ومضمونا اجتماعيا يمكن الترويج له من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، وفي ذات الوقت التسويق للعمل التشكيلي بكل يسر وسهولة ونأخذ مثالا في الشكل (2) لعمل فني تشكيلي رقمي مدمج ويحمل رسالة ومضمونا مجتمعيا للفنانة العالمية أمل قناوي.



Still from *You will be killed* (2006) by Amal Kenawy

الشكل رقم (2) تصوير معاصر للفنانة المصرية امل قناوي[1]

[1] https://seththompson.info/essays/cairos-avant-garde /

يمثل هذا العمل التصـويري المعاصـر المدمج مع محتوى رقمي "فيديو" للفنانة أمل قناوي وهي من مواليد القاهرة 1974 تحت عنوان "الذاكرة المجمدة" موضوع الاغتراب والعزلة الذي يعاني منه أي شخص أثناء عيشه داخل وسط آخر غير بلده الأصـلي، وتحاول الفنانة قناوي تصـوير هذه الحالة بعملية القتل الرحيم للهوية الوطنية، ونشـاهد أن هذا العمل الفني التشـكيلي المدمج بالتصـوير الفوتوغرافي الرقمي والرسم واللون وفن الفيديو، يحمل فكرة ورسـالة ومضـمونا وحالة حسية (+) صناعة فنية، تم تسويقها على مستوى العالم في العام 2006 م لنشر فكرة الاغتراب والذوبان وضغوط المجتمع المستضيف على إعادة تشكيل الهوية، ويمكن إسـقاط معطيات هذا العمل على حركة اللجوء والنزوح القصـري للهوية، وتحاول قناوي إيصال فكرة أخرى في هذا العمل أيضا؛ أنه من خلال العنف والموت غير المنطقي في منطقة الشـرق الأوسـط تبدأ الحياة من جديد، وتمثل المرأة في أعمال الفنانة قناوي شـجرة تنمو من جسـد مشـوه، تعكس حالة تدوير الحياة من هذا الجسد المدمر بالصراعات والحروب.

وفي العام (2007 م) تمت مناقشـة أعمال الفنانة امل قناوي في متحف (التيت) جاليري في العاصـمة البريطانية لندن بمشـاركة عدة دول، وقد كنت أحد المشـاركين في تلك المناقشـة الفنية ممثلا عن بلدي الأردن، بالتعاون مع المعهد الثقافي البريطاني، وكان الحديث يدور حول فكرة الوجود والهوية وما تحملها من معتقدات وأعراف وقوانين مجتمعية تحكم الجسـد ككيان مادي، على الرغم من عدم توافق هذا الكيان مع فرديته في الاغتراب والعزلة القسـرية في أعمال الفنانة قناوي، إلا أن علاقة هذا الكيان غالبا ما تكون مرتبطة بالذاكرة، والذي يمثل عملا فنيا تعبيريا بحد ذاته، لأنه يحمل العواطف الخفية سـواء كانت شـرقية أو غربية ولكن يمكن النظر إليها بلغة بصرية مجتمعية خارجا حدود الجسد. وفي ذات العام

حصلت الفنانة قناوي على الجائزة الأولى للفن المعاصر قي بينالي الشارقة للفنون[1] تحت شعار الفن والإيكلوجيا وسياسة التغير "الحياة الساكنة"

وفي خضم تلك البانوراما التشكيلية يتجه كثير من الفنانين المعاصرين إلى التعبير عن ثقافة المكان وكل ما يحيط بهم من ذكريات وأحلام والتسويق لذلك من خلال صناعة المحتوى التشكيلي عبر الوسائطية الرقمية، من منطلق اقتصادي إبداعي، وببراعة تقنية عالية مع حصرية الفكرة التي يتم الترويج لها عبر ميادين الإعلان والسينما والمواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت، وهذا مؤشر على الحرية المطلقة في التعبير والحرية المطلقة في التسويق، ينطوي على ذلك معنى، الإرادة عندما تلتقي بالمهارة الإبداعية يصبح العمل الفني التشكيلي مادة استهلاكية يعلن عن نفسه بمجرد تحميلة على مواقع الميدلوجيا الرقمية، ويضع من أبدعه على مستوى التفوق الفكري مع اعتراف سوق الفن، أن هذا الفنان قادر على التعبير عن كثير من التساؤلات المجتمعية ويطرح قضايا مهمة في أعماله التشكيلية، بغض النظر عن الجودة في إنتاج العمل أو حتى القيمة الجمالية أو المكانة الأكاديمية، وبالتالي أن دور جمهور الوسائطية الرقمية في تقبل الفن التشكيلي المعاصر المدمج، يكون أكثر فاعلية ويشكل أحد أهم التغيرات في معادلة تقييم العمل الفني، ويلعب أيضا دور الوسيط بين الفنان المبدع والمستهلك، كما يسمح لعامة الناس شراء الفن، وليس فقط مؤسسات ودور العرض والمتاحف، كما تمكن الوسائطية الرقمية، الفنان من تحديد جمهوره والشريحة المراد استهدافها في عملية التسويق مع الحفاظ على الاتصال المباشر مع العميل افتراضياً. وهنا يجب الاخذ بعين الاعتبار أن

[1] https://sharjahart.org/ar/sharjah-art-foundation/people/kenawy-amal

الاعمال الفنية التشكيلية هي في المقام الأول استثمارات جمالية تفضي الى الاقتصاد الإبداعي وليست استثمارات مالية مثل الأسهم والسندات.

ولكن يمكن للوسائطية الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي أن تساهم في زيادة تسويق الفن التشكيلي المعاصر والاستثمار فيه من خلال عدة طرق نذكر منها:

1. استخدام الفنانين وسائل التواصل الاجتماعي في إنشاء حملات إعلانية مدفوعة للترويج لأعمالهم الفنية.
2. التعاون مع المؤثرين على تلك المنصات الاجتماعية لتعزيز تسويق المحتوى التشكيلي.
3. صناعة محتوى قصصي للعمل التشكيلي لزيادة ارتباط المتابعين بالفنان والعمل الفني.
4. يمكن لتلك المنصات الرقمية تحديد الفئة المستهدفة وتزيد الجمهور بتفاصيل المَنتج التشكيلي وتاريخه وتقنيات إنتاجها وقياسه، مما يزيد عدد المتابعين ويسهل عملية الترويج والتسويق للمُنتج الفني.
5. يمكن استخدام منصات وسائل التواصل الاجتماعي أيضاُ لزيادة الوعي بأهمية الاستثمار في الفن التشكيلي المعاصر وتعزيز الإبداع والابتكار في هذا المجال.
6. توفير مساحة للتواصل والتفاعل بين الفنانين والجمهور وتفتح أبواب النقاش والحوار حول العمل ومعرفة رؤى المتلقي واستجابته لهذا المُنتج التشكيلي.
7. تلعب المنصات الاجتماعية الرقمية دورا توثيقي للفنان وعمله الإبداعي مما يعزز تسويق عمله الفني مستقبلاُ.

الفن التشكيلي والواقع الافتراضي

لقد وضع الواقع الافتراضي (Reality Virtual)، الفنون المعاصرة في السياق الأوسع لتطور اتجاهات الفنون التشكيلية، من خلال الجمع بين أسس بناء العمل الفني التقليدي والتكنولوجيا في ذات الوقت، حيث يقوم الفنانون بتجربة هذه التقنية الرقمية الجديدة، في إنشاء تكوينات إبداعية تتصف بالمحاكاة للواقع الحقيقي مع تفاعل وانغماس المتلقي بالعمل الفني، عن طريق استخدام تقنية (Tilt Brush) تيلت برش ثلاثية الأبعاد، وتتيح هذه البرامج حرية التصميم والرسم والمشي داخل بناء العمل الفني بطرقة مثيرة للدهشة وعلى الرغم من تطور تقنية VR الواقع الافتراضي في العشر سنوات الأخيرة من هذا القرن. إلا أن ذلك قد ساهم بطريقة غير مباشرة في توسع وتطور الاتجاهات الفنية المعاصرة، حيث أصبح معدل التغير في هذا المجال يتوالى ويتراكم بصورة لم تشهدها البشرية من قبل، والمتتبع لحركة التقدم السريع في تقنية الواقع الافتراضي يجد ظهور آفاق جديدة في معايير اتجاهات الفنون المعاصرة، تمثلت في وجود العديد من المستحدثات التكنولوجية ذات العلاقة المباشرة في الفنون الرقمية، من خلال نقل الواقع الإنساني إلى بيئة افتراضية، يتم تشكيلها فنيا عن طريق الانغماس الكلي في الخيال الافتراضي ثلاثي الأبعاد، مرتبطة بثلاثة مكونات رئيسية: البصر والسمع واللمس وحتى الأحاسيس من خلال ارتداء المستخدم ملابس تغطي جميع أجزاء الجسم، وبهذه الحالة تكون المعايشة للواقع الافتراضي كاملة. وتتميز بيئة الواقع الافتراضي بإزالة جميع الحواجز المكانية والزمانية بمساعدة الوسائط الإلكترونية المتعددة، فيستطيع الفنان الدخول إلى هذا العالم بواسطة حاسة البصر واللمس والحركة بعدة اتجاهات وتشكيل أعمال فنية تتصف بالتفرد، وعلى درجة عالية من الواقعية لكنها ليست كذلك، كما يقدم الواقع الافتراضي مزايا عديدة للفنان من خلال استدرار الصور

وإعادة تشكيلها فنيا، مع إضافة بعض المؤثرات الصوتية المرافقة لإنتاج العمل مما يساهم في خلق جو محاكي تفاعلي جاذب، وكذلك يوفر رؤية ثلاثية الأبعاد باستخدام قبعة الرأس وبعض الوسائط.

وعلى الرغم من توسع القدرة الابتكارية للواقع الافتراضي في المجال التكنولوجي، إلا أن ذلك انعكس على اتجاهات الفنون المعاصرة، في ضوء إمكانيات توظيف مستجدات التطور التكنولوجي في توسع اتجاهات الفنون التشكيلية. ولمواكبة هذا التطور يحتم علينا أن نتصور كيف ستغير التكنولوجيا المعاصرة شكل الطاقة الإبداعية البشرية في الفنون المعاصرة، مع تسارع مستجدات هذا التطور، بما في ذلك انغماس جيل القرن الواحد والعشرين في التكنولوجيا الرقمية، حيث إن مواقع التواصل الاجتماعي أدت إلى نشر اتجاهات الفنون الافتراضية المعاصرة بطريقة مباشرة أو غير مباشرة في جميع طبقات المجتمع.

كما أن ظهور تقنية وسائط التواصل الاجتماعي، قد ساهم في نقل أشكال الفنون المعاصرة مثل facebook الفيس بوك (WhatsApp) والواتساب (Instagram) والإنستغرام. حيث فرضت ثقافة هذه الوسائط نفسها في كافة المجالات، حتى باتت حديث الشارع العام، ويلاحظ حاليا حجم تأثير تلك الوسائط في الساحة التشكيلية بصورة عامة. وعلى الرغم من حجم الفوائد المكتسبة من تلك المواقع، إلا أن انخفاض مستوى الكفاءة الفنية جراء استخدام هذه الوسائط أصبح واضحا للعيان كما أن استخدام الوسائط المتعددة في الفنون تعددت لتشمل جميع ميادين الفنون البصرية التي يسعى إليها الفنان من أجل تقديم صيغ إبداعية جديدة تجمع ما بين كل أنواع التكنولوجيا، وتقدم فنون ذات طابع وهوية مختلفة، تجمع بين التصوير التقليدي والرقمي، والمجسم والمتحرك، وبين الملموس والمحسوس، وبين الواقع الحقيقي والواقع الافتراضي.

وتعرف الوسائط المتعددة بالإنجليزية: Multimedia. وهو مفهوم واسع الانتشار حيث يشير هذا المصطلح إلى استعمال خدمات برمجيات الحاسوب الحديثة ذات الارتباطات التشعبية، ودمجها مع وسائط متعددة مثل (النص الصوت، الرسوم المتحركة، الفيديو، وكافة التطبيقات)، لإنتاج بيئة تفاعلية من خلال الرسوم المستخدمة في البرامج. حيث يؤثر كل منها في الآخر، من أجل تحقيق هدف واحد أو مجموعة من الأهداف.

وقد ظهرت تسمية الوسائط المتعددة مع بدايات استخدام المعلم للوسائل التعليمية ليحقق التكامل في العملية التربوية، كما تم استخدام هذا المصطلح لأول مرة في الستينيات من القرن الماضي، لوصف أحداث فنية مثل تلك التي نظمها أندي وارهول مع مجموعة الروك فيلفين أندر جراوند" تحت عنوان "المتفجر البلاستيكي المحتوم" الذي جمع الموسيقى والأداء والأفلام والإضاءة ومنذ أواخر سبعينيات القرن الماضي، أصبحت الوسائط المتعددة تستخدم مجموعة من الوسائط الإلكترونية، والتي قد تشمل الفيديو والأفلام والصوت وأجهزة الكمبيوتر، ويعتبر مفهوم "تكنولوجيا الوسائط المتعددة" من أكثر المفاهيم ارتباطا بحياتنا اليومية والمهنية، حيث أصبح بالإمكان إحداث التكامل بين مجموعة من أشكال الوسائل التعليمية، عن طريق الإمكانات الهائلة للكمبيوتر، كما أصبح بالإمكان إحداث التفاعل بين هذه الوسائل وبين المعلمين في بيئة تعليمة تعلمية.

لذلك أن أهمية دراسة تاريخ الواقع الافتراضي وتأثيره في ما يسمى بالنظرية الشكلية في هذا العصر يعتبر موضع تساؤل من جانب المنظرين في هذا السياق، من ناحية الشكل الافتراضي وعلاقته بالشكل الدال "significant form"، والشكل اللامتناهي. حيث كان لوجود تقنية الواقع الافتراضي أثر تراكمي بالغ الأهمية في الفن المعاصر. ونعتقد أن قيمة العمل الفني الافتراضي ثلاثي الأبعاد تتمثل في

التنظيم الشكلي ودلالته الفنية سواء أكانت خطوطا أو كتلا أو مسطحات لونية ترتبط بعلاقات لونية متماسكة. وتقوم النظرية الشكلية على أساس فلسفة الفن للفن. وعلى الرغم من أن النظرية الشكلية تعتبر صيغة مرادفة لمفهوم الحداثة في الفن التشكيلي، إلا أنها تستبعد كل صور المحاكاة في الفن، حيث تعتبر التنظيم الشكلي هو المعيار الوحيد للحكم على العمل الفني من ناحية نقدية. كما أنها لا تعترف بأي أثر للقيم الأخلاقية أو الاجتماعية أو السياسية على الفن. بالإضافة إلى ذلك لم يعد للموضوع والمضامين أي أهمية، بل المهم في العمل الفني هو الشكل فقط.

إن العلاقة البنائية بين الفن المعاصر ونظرية الشكل الدال في الواقع الافتراضي علاقة تناسبية للجزء مع الكل، من منطلق إمكانية تحليل كل جزء ليتوافق مع الكل، وتعد عملية إنتاج الأشكال الافتراضية اللامتناهية هي عملية إخراج لمفاهيم الوجود الحقيقي، حيث كرس الفنان المعاصر تلك الممارسات مستخدم وسائط وتقنيات متعددة في إنتاج العمل الفني الافتراضي، حيث أبدع الفنانين المعاصرين في صياغة الأشكال في الواقع الافتراضي، والتي تحمل قيم جمالية عالية الدهشة، وهذه مرحلة متطورة في عملية ترجمة الوعي الوجودي للأشكال الافتراضية، والتي تعكس حالة من التقدم التقني والبصري، فنجد الشكل الدال في الواقع الافتراضي هو بمقام المرشد للمضمون بحيث يكون الشكل هو من يضبط إدراك المشاهد ويرشده ويوجه انتباهه في الاتجاه المراد بصورة افتراضية بحيث يكون العمل أكثر وضوحا وفهما للمتلقي المنغمس بذلك العمل، وكذلك نجد أن تشكيل الشكل في الواقع الافتراضي، قائم على الترتيب والتناظر المنسق مع وسائط تقنية متعددة، على نحو من شأنه إبراز القيم التعبيرية والحسية للشكل الافتراضي، ليتفاعل وينغمس المشاهد مع عناصر التشكيل في الواقع الافتراضي.

وقد أثبت العالم الافتراضي عددا من المفاهيم الخاصة بتقنية التشكيل الدال كوحدة بنائية لعناصر العمل الفني البصري والحسي، ومن هنا جاء للشكل الدال في الواقع الافتراضي مفهومة الجديد على أساس النظام الشكلي التقني في تطويع الإدراك والأحاسيس والمشاعر، والتي تتضمن كافة الخصائص التركيبية لقواعد التسلسل والتناظر الشكلي للتكوين المستند على الفنون المعاصرة، فالبناء الشكلي في الواقع الافتراضي هو عنصر أساسي في التفاعل مع البنية الكلية للتكوين الفني إذن الشكل الافتراضي بوصفه كيانا مستقلا يجمع بين ثناياه روابط وجزيئات العمل الفني كله على هيئة وحدة متكاملة، وهذا ما يشار إليه بدلالات الشكل المفترض المعبرة عن المضمون، ومن ناحية أخرى قد يختلف الشكل الدال في الواقع الافتراضي من فنان لآخر باختلاف الرؤية الفنية للهدف من صياغة ذلك العمل الفني، تبعا للأهداف والغايات والمضامين الشكلية، والتي تلعب دورا كبيرا في إيصال الفكرة للمتلقي، ولا يمكن فصل الشكل الافتراضي الدال عن فكرة المحاكاة.

إن الشكل الدال في الواقع الافتراضي لا بد من أن يدل على شيء أو يشير إلى كل أشكال الفنون عامة بحيث يشير الشكل إلى معنى قصدي ويدل عليه بالتكوين البنائي العام ليظهر الانفعال الإستطيقي ذات صفة جمالية، لذلك أن الوجود الواقعي أو الحقيقي للأشكال يطرح من خلالها مفهوم الشكل من الواقع، لتكوين الشكل الفني الافتراضي، والذي يمكن أدارك كيانه وحقيقته الفيزيائية بالحواس، هذه العلاقة المشتركة توحي لنا أن العمل الفني الواقعي هو ذلك العمل المنسوب للحقيقة الواقعية بالدرجة الأساس، لذلك يجب أن نعترف في هذا العصر على أن الوجود غير المدرك من ناحية النظر إلى الشكل كواقع افتراضي متمثل بكيانه الخاص وحقيقته التقنية، ونظامه الإلكتروني، وهذا ما يتطابق مع مبدأ فنون الواقع

الافتراضي، حيث إن الفن بحقيقة الأمر هو شيء أو حدث يتم ابتداعه في الخيال وينبع ذلك من قدرة الفنان على التعبير وعلى تحريك العناصر بمخيلته، بناء على الخبرة الجمالية التي لديه ويرفض كثير من المنظرين في هذا السياق، الفكرة التي تهتم بالشكل على حساب المضمون، باعتبار أن الفن بالأساس يجب أن يحمل قيمة لهذا المضمون، لذلك نجد أن الأشكال في الفنون المعاصرة تعني أنه كل شيء جائز في تكوين العمل الفني، فالشكل هو المضمون في حضوره الإستطيقي، والشكل الدال هو الشكل الذي يتطابق مع فكر وأحاسيس ذلك الفنان، والذي يكون فيه المضمون موضوع متجسد في ذاته ومثير للمتلقي في ذات الوقت.

وهذا ما فتح الباب للفن الافتراضي ثلاثي الابعاد لاحقا لكي يتوسع، وقد ساعد التقدم التكنلوجي مع نهاية القرن العشرين على اعادة صياغة الشكل برؤية وفكر جديد مرتبط بالقضايا الاجتماعية والسياسية والترفيهية. لذلك ساهمت فنون الواقع الافتراضي في تطوير الفنون المعاصرة واليوم ونحن نعيش عصر الثورة المعلوماتية وتقنيات الوسائط المتعددة، نجد ان الدور الإنمائي الذي تتصدر له الفنون التشكيلية، يتزايد مع دخول التقنيات الرقمية والعوالم الافتراضية لارتباط مخرجاتها الفنية وتطبيقاتها التشكيلية بمعظم شؤون الحياة المعاصرة بهدف الحصول على المعرفة، والفن الرقمي هو انعكاسا حقيقيا لشكل العصر، من اللوحات الرقمية إلى الأعمال الفنية التي تتكون من خوارزميات محوسبة، ولقد أصبح هذا الفن ثقافة المجتمع يجب العناية به. ولعل نقطة الانطلاق تأتي بتبني رعاية حكومية للمواهب الإبداعية في قطاع التعليم، والعمل على تفعيل الشراكة بين القطاعات الحكومية ومؤسسات القطاع الخاص لتوظيف طاقات واستعدادات الموهوبين فنيا والاستفادة من ملكاتهم الابداعية. وهذا يتطلب العمل على النهوض بمكانة الثقافة الفنية لمواجهة احتياجات الحياة المعاصرة، كما أن التقدم

التكنولوجي الرقمي بعوالمه الافتراضية له تأثيرات ملموسة النتائج، في سياق توسع مدارك الإنسان حيث وظفت التقنيات الحديثة ووسائط الاتصال المتعددة في معظم مجالات الحياة ومنها مجال الفنون التشكيلية، تعاضد العلم والفن في سياق مفهوم (فن الشكل، وصناعة الفكرة)، بالإضافة إلى استفادة الفنون التشكيلية من تقنيات الفن الرقمي وتطبيقاته، في مجال التصميم الجرافيكي حيث بات يشكل منطلقا رئيسا للاستثمارات التجارية ومرتكزا اقتصاديا معاصرا لا غنى عنه، ويجمع هذا الفن بين الرموز التشكيلية والصور الفنية والحروف اللغوية في تكوينات إبداعية خوارزمية، والذي كان له الأثر الكبير في تسويق المنتجات والترويج للأفكار عن طريق الاتصال التفاعلي المباشر.

الاقتصاد الإبداعي

يعتبر الاقتصاد الإبداعي من الأنماط الاقتصادية التي ترتكز بشكل أساسي على الاستثمار قي الأفكار الإبداعية كمصدر رئيسي لتغذية الاقتصاد الوطني حيث تتلخص فكرة هذا الاقتصاد في تحويل الأفكار الإبداعية والمعرفة والخبرات الفنية والثقافة، إلى سلع ومنتجات ذات قيمة اقتصادية تعزز التنمية المستدامة وتساهم في خلق مزيد من فرص العمل وبالتالي أن جوهر الاقتصاد الإبداعي يتمحور حول الصناعات الإبداعية القائمة على الإبداع البشري الذي ينتج الأفكار والمهارات الإبداعية، في كل مجالات الثقافة، وفنون المسرح، والدراما، وصناعة الأفلام، والفنون التشكيلية والفنون التطبيقية، والإعلام، وصناعة المحتوى الرقمي، بالإضافة إلى كثير من المهارات الاحترافية التي تعتبر المادة الخام للصناعات الإبداعية. "والاقتصاد التجاري غالبا ما يقيس القدرة على الحصول على هذه الإبداعات بمقياس بسيط هو السعر، أما الاقتصاد الإبداعي يعتمد بالدرجة الأولى على الاستثمار بالعقول والطاقات البشرية المنتجة للإبداع والابتكار القابلة للتطوير وفي ذات الوقت تتصف بالندرة والتفرد والخصوصية"، وبالتالي يعمل الاقتصاد الإبداعي على تسويق وترويج تلك المنتجات الإبداعية ويجعلها ذات قيمة استهلاكية يتم الاستثمار بها، لخلق النمو الاقتصادي ودفع عجلة التنمية وتعزيز دمج الإبداعات والابتكارات في بوتقة التنوع الثقافي والتراث الوطني.

لذلك فأن العلاقة بين الفن التشكيلي المعاصر والاقتصاد الإبداعي هي علاقة تكاملية، "فكلما ارتفعت الكفاءة الإبداعية في تسويق الفنون التشكيلية من منطلق انتاجي، ارتفعت قيمة المخرجات الفنية لدى الفنانين مما يفتح الباب الى توظيف رأس المال في هذه الصناعة، بهدف تحقيق المزيد من الربح من الإبداع البشري، الذي يتميز بالقدرة على انتاج أفكار ابتكارية من صناعة الفن التشكيلي

المعاصـر المرتبط بعجلة الإنتاج للسـلع. والذي يهدف بالأسـاس إلى اسـتغلال الإبداع لتوليد الثروة وزيادة فرص العمل من خلال رعاية المواهب الإبداعية في مجال الفن التشكيلي والاستثمار به "، وبذلك يصبح المفهوم العام للإبداع مرتبطا بالاقتصـاد الإنتاجي وهذا شـبيه بميدان الاقتصـاد التجاري من حيث ضـرورة أن يتوازن مقدار الإنتاج مع جودته. وإن تبني رؤية موسعة للاستثمار في الفن التشكيلي المعاصـر في العالم العربي بشـكل عام، قد يوسـع مفهوم الاقتصـاد الإبداعي من خلال" الميدلوجيا الرقمية "، ووسـائل التواصـل الاجتماعي التي يمكن أن ترتبط بها القيمة المضافة عن طريق صناعة المحتوى الفني في مجال الفن التشكيلي، إلى الحد الذي يكون فيه كل شـيء ذات قيمة إبداعية إذا تمت صـياغته بمهارة عالية وبشـكل احترافي متفرد." وقد بدأ اسـتخدام مصـطلح الاقتصـاد الإبداعي مع بداية القرن الواحد والعشـرين، عندما اسـتخدمه الكاتب البريطاني (جون كوينز) في مقال يتحدث فيه عن إسـقاط مفهوم الاقتصـاد على صـناعة الفن وعن حجم الإنتاجية في محاور الفنون الجميلة، حيث بلغ في العام (2001 م) ما يقرب 2.2 مليار جينه إسـترلينيا بمعدل نمو يزيد عن 5 ٪. إلى العام (2016 م). كما حققت الولايات المتحدة فائضا تجاريا من الاقتصاد الإبداعي بقيمة 25 مليار دولار من السلع الفنية والثقافية في العام (2006 م) بالإضافة إلى صادراتها من الأفلام والبرامج التلفزيونية وألعاب الفيديو وغيرها من البرمجيات"[1]

والجدير بالذكر أن هناك أكثر من خمسـة ملايين مواطن أمريكي يعملون في (200.000) ألف وظيفة في هذه الصـناعة ويتقاضـون مبالغ مالية تزيد عن (400) مليار دولار امريكي سـنويا. وتشـير هذه الأرقام إلى حجم مالي ضـخم من الإنفاق والإنتاج في هـذا القطاع، مما يـدل على أن الاقتصـاد الإبـداعي من أكبر الموارد

[1] Florida, R. (2019). The Rise of the Creative Class. New York: Basic Books p18

الاقتصادية للدول على مستوى العالم، وهناك اهتمام دولي متزايد على الاستثمار في الصناعات الثقافية والإبداعية، لدفع عجلة التنمية المستدامة وخلق فرص عمل. في قطاعات الفنون والثقافة والتراث، مما يساهم في نمو ذلك الاقتصاد. وفي دراسة أخرى أجريت في جنوب افريقيا عن حجم العمالة في قطاع الصناعات الإبداعية والثقافية، أظهرت "أن هذه الصناعات قد خلقت ما بين (162.809) إلى(192،410) وظيفه من العمالة في تلك البلاد، وأنها تساهم بنسبة 2.9 ٪ في الناتج المحلي الإجمالي للبلاد، بالإضافة إلى أنها قد ساهمت في زيادة التماسك الاجتماعي بين أفراد المجتمع، وعززت الحوار بين الثقافات الأخرى والتعاون وبناء الأمة. هذا جزء بسيط من المحاور العريضة التي يمكن للإنتاج الإبداعي والثقافي أن يقدمه"[1]

ويمكن التعرف على مصطلح الاقتصاد الإبداعي ضمن إطار اقتصاد المعلومات الرقمية بوصفه قيمة إبداعية مضافة، مع تزايد ارتباط الإنتاج الإبداعي الرقمي بالفن التشكيلي المعاصر، في عصر عولمة الأسواق، التي تدفع مجتمعات العالم الثالث إلى الاندماج في بوتقة الوسائطية الرأسمالية. كما يمكن دراسة الاقتصاد الإبداعي من خلال موارد اقتصاد المعرفة؛ وهذا يستدعي صياغة تعريف جديد للاقتصاد الإبداعي ليشمل كل القطاعات المتخصصة في صناعة المواهب الإبداعية لأغراض استهلاكية ضمن إطار الوسائطية الرقمية التجارية، وبالتالي من غير المنطقي تعريف الاقتصاد الإبداعي بما ينتج عنه فقط، بل بطريقة فهم طبيعة السوق وهذا بدوره يوفر نموذج عصري للطريقة التي يتم بها صناعة الاعمال التشكيلية بشكل تجاري، يلبي حاجة السوق مما يساهم في تتطور الحياة العملية والآفاق المهنية للفنان.

[1] Florida, R. (2019). The Rise of the Creative Class. New York: Basic Books p158

وضـــمن هذه المعطيات يعتبر كل شـــخص مبدع في المجتمع هو شـــريك في صـــناعة المُنتج الإبداعي بصـــورة اقتصـــادية، لذلك أن عملية البحث عن الإبداع الفردي والتركيز على الوسائطية في التعليم واليات الابتكار، والذي يعرف باقتصاد المعرفة الذي يهدف بالأســاس إلى تنمية رأس المال البشــري وهو الإبداع، بعد أن يندمج في المحرك الرئيســي للاقتصــاد الإبداعي العالمي ضــمن إطار تكنولوجيا المعلومات، مما يحفز مساهمة الفنان التشكيلي في الصناعات الإبداعية، ونتيجة لذلك ازدادت حاجة الدول لاســتهلاك برمجة تكنولوجيا المعلومات الرقمية. "وأصـبح الاقتصـاد الصـناعي إحدى دعائم الثقافة المعاصـرة، وأصـبحت الثقافة منتجاً صناعياً تتبع قوى العرض والطلب بناءً على حجم الاستهلاك العالمي لذلك المُنتج "[1]

بعد توضـــيح دلالة الاقتصـــاد الإبداعي، يمكننا مناقشـــة امتداد تعريف هذا المصـــطلح من منظور صـــناعة المحتوى الإبداعي للتصـــوير المعاصـــر كمنتجات رقمية استهلاكية وسيطة لتسويق العمل الفني التشكيلي، واتخاذ مفهوم الإبداع كوســيلة لإنتاج لوحات ذات محتوى اجتماعي ثقافي واســتخدام روابط إبداعية إعلانية تســاهم في ترويج ونشــر القيم والاتجاهات الثقافية المعاصــرة، مما يدفع المتلقي للأعمال الفنية التشــكيلية إلى تقبل فكرة تلك المنتجات الفنية المعلن عنها، وحينما يســتهلك المجتمع الروابط الإعلانيـة للمحتوى الرقمي الـذي تم الترويج له، يســاهم ذلك في تســويق المنتج الفني التشــكيلي وقد يكون أحد عوامل التغير الاجتماعي، وهذا ما يعرف "بصـــناعـة أيديولوجيا الإعلام عبر وســـائل

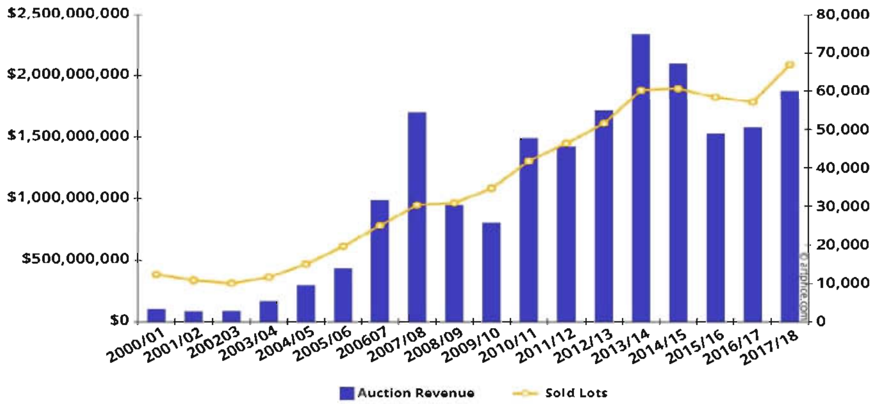
[1] هيرتلي. جون (2007) الصناعات الإبداعية. كيف تنتج الثقافة في عالم التكنولوجيا. ترجمة بدر سليمان. الكويت ص 52

التواصل الاجتماعي باستخدام وسائط تصويرية متعددة تسمى أيديولوجيا الوسيلة التي تحمل سلطة معيارية في تنظيم وبناء المجتمع"، ذلك لأن البعد الجمالي للأعمال التشكيلية المعاصرة، لها القدرة على التغير البنيوي في خضم تجليات الوسائطية الرقمية المعاصرة[1]

[1] بابكر، معتصم(2014) أيديولوجيا شبكات التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي العام، مركز التنوير المعرفي، الخرطوم ص36

الفن التشكيلي المعاصر والاقتصاد الإبداعي

هناك اتفاق حول الترابط الوثيق بين مفهوم الفن التشكيلي المعاصر ومصطلح الاقتصاد الإبداعي، على الرغم من اختلاف المسار الذي يفضي إليه كل منهما تماما حيث أجمعت الأبحاث والدراسات المرتبطة في هذا المجال، على أن الفن التشكيلي المعاصر هو شكل من أشكال التعبير عن الإبداع البشري في المجتمع، كأصل ثقافي اجتماعي يحمل قيمه وثائقية توثيقية، وينظر إليه على أنه منتج استهلاكي استثماري ينطوي على قيمة اقتصادية في سوق التجارة العالمية حيث يتنافس هذا القطاع بشراسة مع سوق الأسهم والسندات المالية والعقارات والمعادن النفيسة من خلال دور العرض والمزادات، ففي عام (2016 م) سجلت مبيعات سوق الفن المعاصر ما قيمته (57) مليار دولار حسب تقرير أرت ايكونميكس، كما حققت مبيعات سوق الفن التشكيلي المعاصر بين عامي (2020–2021) وفقا لتقرير (Artprice) أرت براديس، نحو 2.7 مليار دولار. وقد أدى انتشار جائحة كورونا على مستوى العالم إلى انتعاش سوق المزادات عبر الإنترنت، حيث سجلت مبيعات دار كريستيز للأعمال الفنية من خلال دخول 22 مليون شخص إلى منصة (NFTs) أن أف تي "للملكية الفكرية" نحو 69.3 مليون دولار في تلك الفترة استحوذ السوق الآسيوي وبالتحديد الصين على 40 ٪ من حجم تلك المبيعات وأمريكا 32 ٪ وجاءت بريطانيا بالمرتبة الثالثة بنسبة 16 ٪. الشكل (3) يوضح يبين حجم نمو مبيعات الفن المعاصر



الشكل رقم (3) يبين حجم نمو مبيعات الفن المعاصر

ومنصة NFTs أن أف تي، هي اختصارا لموقع مزادات على شبكة الإنترنت تحتوي على ملفات رقمية مشفرة محمية بحقوق الملكية الفكرية لمنتج هذا الملف، الذي قد يحتوي على عمل فني تصويري غير قابل "للاستبدال" بمعنى هو أن محتوى هذا الملف الرقمي يتصف بالتفرد غير المكرر وهو أشبه ببصمة الأصبع، ولا يمكن تداوله بسهولة مع أي شيء آخر، وبمجرد تحويل هذا الملف إلى الصيغة الرقمية ضمن إطار منصة (NFTs) يصبح هذا الملف قابلا للبيع والشراء على الشبكة ويدخل المزادات العالمية مع حماية الملكية الحصرية. (Artnews.2021).

كما شهدت دار (Sothebys) سوثبي للمزادات منافسة عالية وارتفاعا على أرقام مبيعات الفن التشكيلي المعاصر حتى وصل حجم المبيعات إلى (380) مليون دولار حتى نهاية شهر نوفمبر من العام 2021 م وفقا لتقرير (Artnet) وهي أفضل مزود خدمة عبر الإنترنت للتحليلات الفنية، بالإضافة إلى موقع (ArtPrice) لامتلاكهما أكبر قاعدة بيانات عن مبيعات الفن المعاصر، حيث يشير

هذان الموقعان على نمو في نسبة مبيعات الفن التشكيلي المعاصر بنسبة 40 ٪ من العام (2013-2014).

وبناء على حجم معطيات هذه الظاهرة الثقافية الاقتصادية، نستنتج مدى ارتباط علم الاقتصاد بالفن التشكيلي المعاصر، وبالتالي يصعب تحقيق الإبداع كمنتج ملموس في المجتمع دون المورد الاقتصادي، كما يصعب على الفنانين الاستمرار في إنتاج أعمال فنية دون ملامسة الاقتصاد الإبداعي، وبذلك يلعب الفن التشكيلي المعاصر على وجه الخصوص دوراً رئيسياً في تعزيز نتائج الأنشطة الاقتصادية، حيث تم اعتبار الفن بصورة عامة دافعًا للتحديث والإبداع في المجتمع ومؤشراً على تحول ثقافي نحو اقتناء الفن التشكيلي المعاصر بسبب زيادة الثروة بين الأثرياء وزيادة استهلاك التقنية الرقمية على مستوى العالم. هذا ما إشارة عليه دراسة (Diamond.Emily)[1] ديموند، في تحليل سوق الفن المعاصر؛ على أن اعتماد الطلب على المُنتجات الفنية بشكل كبير يكون مرتبط بالمستوى الثقافي والتعليمي والتقني بين افراد المجتمع، فضلاً إلى حالة الرخاء الاقتصادي، " وفقاً لمسح حديث أجراه بنك (باركليز ويلث)على (2000) فرد من فاحشي الثراء على مستوى العالم حيث حلت الإمارات العربية المتحدة في اقتناء الاعمال الفنية بنسبة 18 ٪ يليهم الصينيون والسعوديون 17٪ والبرازيليون 15٪ مقارنة بـ 9٪ من الأمريكيين الذين يميلون إلى التركيز على الاستثمارات الأكثر تقليدية، كما دخلت قطر ممثلة بسمو الشيخة مياسا مجال تجارة الفن على مستوى العالم.

ونعتقد أن سوق الفن لا يرتبط بنظرية العرض والطلب، بل على العرض فقط وهذه الحقيقة تكشف العيوب الاقتصادية للفنانين، وبالتالي يبدأ الفنان في

[1] Diamond, Emily A New Era: An Analysis of the Contemporary Art Market Bubble. Master's thesis, Harvard Extension School p28

منطقتنا العربية في التفكير بطرق إبداعية للدخول إلى سوق الفن العالمي مستنداً على الأسئلة التالية.

- ما هو شكل ونوع تحديات المجتمع الذي يعيش فيه والتي يجب معالجتها؟
- كيف يمكن معالجة قضايا المجتمع والتعبير عنها بشكل متفرد؟
- ما هو الأسلوب (التكنيك) الذي سيستخدمه في إنتاج عمله التشكيلي؟
- ما هي طرق جذب انتباه المجتمع الرقمي بطريقة إبداعية غير تقليدية؟

وبناء على إجابات تلك الأسئلة، يتم صياغة المنتج التشكيلي الإبداعي في ضوء تلك البيانات ليتم بعد ذلك العمل على استراتيجية الترويج والتسويق لهذا المنتج، مستعينا بالوسائطية الرقمية ومواقع الإنترنت المتخصصة في نشر الأعمال الفنية، وبثها على مستوى العالم من خلال شبكة الإنترنت كجزء من سياسة التسويق الإبداعي لريادة الأعمال الفنية. وعلى الرغم من أن شكل المعروضات الفن التشكيلية على شبكة الإنترنت لا يتم تحديدها من قبل سوق الفن أو المستهلكين لتلك الأعمال إلا أن العمل الفني التشكيلي المتفرد الذي يحمل خصوصية هذا الفنان في التعامل مع القضايا المجتمعية المستند إلى إجابات الأسئلة السابق ذكرها، والمنفذ في الوقت المناسب والطريقة المعاصرة في الترويج بالتأكيد سيخلق طلبا نوعيا على هذه المنتجات، وبالتالي تتم استجابة السوق بزيادة الطلب على تلك الأعمال التشكيلية المتفردة بالإبداع التنفيذي والتسويقي معا، مما يدفع المجتمع على صناعة اسم عالمي للفنان، مع تحديد المتلقي سعرا لعمله الفني، أما القيمة الحقيقية للمنتجات الفنية مرتفعة الثمن غالبا ما يحددها العامل الزمني والسياق التاريخي للفنان وجودة إنتاج اللوحة التشكيلية، بهذه الطريقة يصبح بعض فناني العصور الماضية مشهورين على مستوى العالم بعد

وفاتهم، لأنهم يمتلكون فكر ورؤيا ثاقبة لقضــايا المجتمع حيث يتم تقدير أعمالهم بعد عقود من الزمن[1]

كما يعتمد تسويق المنتج الفني التشكيلي عادة على توسع سوق الفن والذي يرتكز في الغالب على ثلاثة عوامل رئيسية:

1. تجار وسماسرة جامعو الأعمال التشكيلية المعاصرة.

2. شــهرة منتجي هذه الأعمال وهم الفنانون والتي تكون مرتبطة بالغالب في الوسائطية الرقمية.

3. آلية بيع هذه الأعمال والتي تتضــمن الحرفية العالية في إدارة الترويج عبر الوسائطية الرقمية من خلال شركات متخصصة في الترويج لسوق الفن.

كل هذه العوامل تعمل على تشكيل مظاهر الاستهلاك لدى الإنسان بمجرد دخوله إلى فضاء "الميديولوجيا الرقمية" وسائل التواصل الاجتماعي، حيث تلعب القيم التشــكيلية المعاصــرة في البرامج والتطبيقات الرقمية على إثارة المحفزات البصرية لشبكية العين من خلال العصب البصري ومن ثم تنتقل عبر مستقبلات إلى القشرة الدماغية، التي تقوم بدورها إلى ترجمة البيانات البصرية، بهذه الطريقة يتم التلاعب في الســمات التســويقية للمنتج، بناء على القيم التشــكيلية في البرامج والتطبيقـات الرقميــة المعـاصــرة، التي تعمــل على تجميــل وترويج المفردات المســتخدمة في بناء العمل الفني التشــكيلي؛ وعلى الرغم من أن القشــرة الدماغية للإنســان تتكون من مجموعة من الخلايا العصــبية مرتبة بطريقة منظمة إلا أن كل خلية تعمل على نقطة معينة في صــياغة الســمات التســويقية للمنتج التشــكيلي وبصــرف النظر عن شــكل العمل الفني فلا يمكننا إدراك أي شــيء إلا كما يكونه الدماغ عن ذلك الشكل الفني التشكيلي، بناء على الخبرة السابقة المخزنة عن تلك الأشــكال من الوســائطية الرقمية، بهدف العثور على أفضــل تفســير للإشــارات

---

[1] Alpagu H. (2009). Rolle und Bedeutung der ergleichenden nalyse, Soziologie Heute, Oktober 2009, Wien P9-12

المرئية؛ لهذا السبب يحتاج الدماغ إلى بناء تفسير متعدد المستويات للمشهد البصري الخارجي"[1]

ويشير السقار[2] عادةً ما يتم تفسير تلك الصور وفقًا للأشياء والأحداث ومعانيها كما يتخيلها الدماغ، حيث إن المُنتج الفني التشكيلي هو بالأساس قائم على الخيال والأفكار والمواهب التي تشكل المادة الخام للصناعات الإبداعية" في ذات الوقت يبحث الدماغ عن مفاهيم جديدة في التسويق والترويج للمنتج الإبداعي في عصر عولمة القيمة التجارية، حيث يتم التحكم في تلك القيم من خلال شبكة المدخلات الفنية على مواقع الإنترنت ووسائط التواصل الاجتماعي، مع استخدام أساليب نوعية لتحديد نطاق العملاء المستهدفين في عملية اقتناء الفن التشكيلي.

اليوم ونحن نعيش عصر الثورة المعلوماتية وتقنيات الوسائط المتعددة، نجد أن الدور الإنمائي الذي يتصدره الفن التشكيلي المعاصر، يتزايد مع دخول التقنيات الرقمية والعوالم الافتراضية لارتباط مخرجات الفن التشكيلي وتطبيقاته بمعظم شؤون الحياة المعاصرة بهدف الحصول على المعرفة وعلى الرغم من أن القيمة التشكيلية في الفنون هي انعكاس حقيقي للعصر، الا أن اللوحات الفنية الرقمية التي تستند في الغالب على خوارزميات محوسبة، تكون منفذة بقواعد اكاديمية غير رقمية "حيث يعتبر الفن المعاصر علم وثقافة هذا العصر، يرتبط بالموروث الحضاري ولكن بصبغة رقمية معاصرة يفترض العناية به وتقديمه لكل فئات وأطياف المجتمع"[3]

[1] Alpagu H. (2009). Rolle und Bedeutung der ergleichenden nalyse, Soziologie Heute, Oktober 2009, Wien P.98

[2] السقار، فولف، كرستوف، (2018) صور الانسان الأسس المخيالية والأدائية للثقافة، نقله للعربية د.مزفق السقار، دار المناهج،عمان الاردن، ص50

[3] زكي، وليد (2012م) نظرية الشبكات الاجتماعية من الايدلوجيا إلى الميتورولوجيا المركز العربي لأبحاث الفضاء الإلكتروني ص18-33

ويضيف زكي أن التقدم التكنولوجي الرقمي بعوالمه الافتراضية له تأثيرات ملموسة النتائج، في سياق توسع مدارك الإنسان، حيث وُظِفت التقنيات الحديثة ووسائط الاتصال المتعددة في معظم مجالات الحياة، ومنها مجال الفنون التشكيلية في الصناعات الإبداعية والثقافية، من خلال تعاضد العلم والفن في إطار مفهوم (فن صناعة الفكرة)، بالإضافة إلى استفادة الفن التشكيلي المعاصر من تقنيات الفن الرقمي وتطبيقاته، حيث بات يُشكل مُنطلقاً رئيساً للاستثمارات التجارية ومرتكزاً اقتصادياً معاصراً لا غنى عنه في التسويق"، ويجمع هذا الفن بين الرموز التشكيلية التراثية والصور الفنية المعاصرة والحروف اللغوية، مشكلاً بذلك تكوينات إبداعية خوارزمية في غاية الروعة والجمال تساهم في تفعيل الدور الترويجي للمُنتجات والأفكار الإبداعية، عن طريق الوسائطية التفاعلية المباشرة.

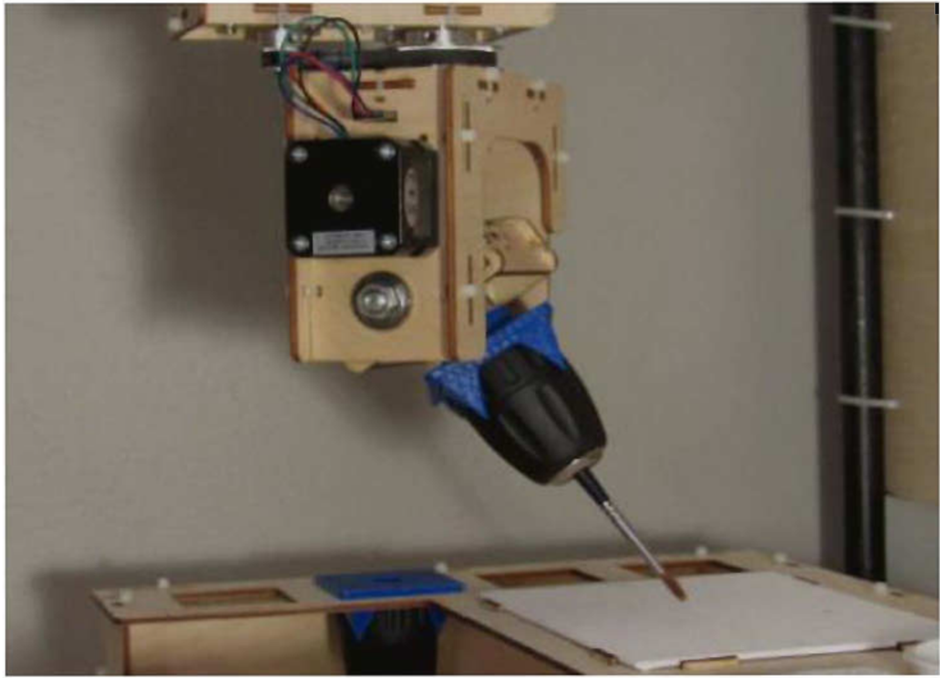
لذلك تحتاج هذه التقنية التكنولوجية المعاصرة لإبداعات فنانين موهوبين في مجال الفن التشكيلي لإثراء كافة العلوم بتكوينات إبداعية مرتبطة بالموروث الحضاري لمنطقتنا العربية وإضفاء أبعادٍ جمالية عليه تعزز قيمة المكان، مما بحفز تسويق الفن التشكيلي المعاصر ورواجه بشكل تجاري "فالفنون التشكيلية المعاصرة القائمة على مفاهيمية الفكرة الفنية لإنتاج التصاميم التجارية، باتت تُشكل عصباً حيوياً في عصر علوم التقنية الرقمية، وشرياناً نابضاً في كيان عوالم الاستثمار التجاري الصناعي من خلال استخدام أجهزة وشبكات الاتصال الإلكتروني وقنوات البث والتواصل الفضائي التي تعتمد بشكل رئيس على القيمة التشكيلية في تكوينات الصور المرئية بمدلولاتها الظاهرة "

كما أفرزت الثورة الرقمية والعولمة، فكرا وفلسفة ما يعرف الآن بالأشكال الرقمية ديجتل فورم (Digital Forms)، والتي انتشرت بشكل واسع في شتى المجالات، وبالتالي يمكن إدراج فكر وفلسفة الأشكال الرقمية ضمن مفهوم

النظريات التشكيلية الحديثة، التي تتجاوب مع مقتضيات هذا العصر بكل ما فيه من توجهات ونظريات متجددة. فضلا على أن التكنولوجيا الرقمية قد سهلت إخراج القيمة التشكيلية في الفنون المعاصرة، باستخدام البرامج المحوسبة من خلال ربط الكمبيوتر بمكائن التحكم الرقمي المرتبطة بسلسلة التعليمات المدونة (المشفرة)" على هيئة صورة أرقام وحروف أبجدية ورموز خوارزمية تستوعبها وحدة التحكم بالآلة، وتحولها إلى نبضات كهربائية توجه المحركات الكهربائية وأدوات القطع بالآلة (cnc) ومن ثم تنفيذ العمليات الميكانيكية المطلوبة

وهذه الأرقام والرموز التي تمثل التعليمات المشفرة، تمكن أدوات القطع من تنفيذها على القطعة المراد تشكيلها، وبعد ذلك يمكن تلوينها من خلال فراشي مثبتة على تلك الآلات، والتي تستخدم الكمبيوتر كأداة تشكيلية لتخطط شكل ما لإنتاج لوحة فنية رقمية، إلى درجة جعل الآلات والأجهزة الإلكترونية صانعة ومبدعة للتصوير المعاصر، من خلال تطويع إمكانات البرمجة الإلكترونية المتنوعة لتحقيق صياغات فنية إبداعية بشكل معاصر، يتناسب مع الثقافة والتوجهات الحديثة، وعادةً ما يستخدم مصطلح "الفنون التشكيلية الرقمية" لوصف الفنانين الذين يستخدمون مواد أكثر حداثة للاستجابة للتجربة المعاصرة ويستخدمون أجهزة الكمبيوتر كجزء أساسي في العملية الإبداعية، حتى لو كان الإخراج على هيئة تصوير تشكيلي معاصر أو طباعة أو نحت، والهدف من ذلك هو دمج الفن والعلوم والتكنولوجيا لخلق الجيل القادم من الفنون التشكيلية المعاصر، بحيث يتم تحويل المواد الخام الى سلع. (الوان + الآلات + تكنولوجية رقمية= منُتج جمالي استهلاكي)

والشكل التالي (4) يوضح طريقة عمل الفنان الروبوت المرتبط بأجهزة الكمبيوتر.



الشكل (4) يوضح طريقة عمل الروبوت المرتبط بأجهزة الكمبيوتر

وفي ذات السـياق ابتكرت مجموعة من الباحثين من مختبر علوم الكمبيوتر والذكاء الاصطناعي (CSAIL) كاسال، التابع لمعهد ماساتشوستس للتكنولوجيا ومايكروسوفت خوارزمية لاكتشاف الروابط المشتركة (التشاكلية) المتماثلة بين لوحات متحف متروبوليتان للفنون (المتروبوليتان) ومتحف (ريجكس) في أمستردام، بهدف فهم مدى توافق اللوحات مع بعضها البعض، بالإضافة إلى تكوين عمل تصويري مبني على خوارزمية تجمع النقاط المشتركة بين الثقافات في عمل تصويري موحد حيث تسمح أنظمة استرجاع صور اللوحات في تلك البرمجية من استلهام نقاط التشابه اللغوي الرقمي لصورة اللوحات المستعلم عنها والمراد تشكيلها. وهذا العمل يمثل شكلا من أشكال التزاوج الترابطي بين الفن التشكيلي المعاصر مع الذكاء الاصطناعي.

حيث يرتكز إحداهما على المنطق والتفكير والحقائق المثبتة، ويرتكز الآخر على الجمال والعاطفة وفي تجربة أخرى للفنان الدكتور أحمد الجمال أستاذ الرؤية المحوسبة في جامعة (روتجرز) الكندية حيث قام "بتغذية الحاسوب ببرمجية خوارزمية تسمى (AICAN) ايكن، لي (80.000) لوحة تمثل تاريخ المدارس الفنية الغربية مع عدم التركيز على الأسلوب، وبعد ذلك قام جهاز الحاسوب في إنشاء عمل تصويري معاصر يمكن طباعته، يحتوي على روابط لرموز من مدارس فنية مختلفة لتاريخ الفن الغربي القديم استنادا إلى برمجية (AICAN) الرقمية"

وعلى الرغم من الركود الاقتصاد المخيم على العالم خصوصا بعد جائحة كورونا، إلا أن سوق الفن التشكيلي المعاصر ما زال منتعشا، ويحقق أعلى الإيرادات حسب آخر المؤشرات الاقتصادية العالمية بالمقارنة مع باقي القطاعات التجارية الآخرة، حيث وفرة مهارة الفن التشكيلي المعاصر فرصة لإعادة التفكير في قضايا مجتمع القرن الواحد والعشرين، بكل ما يحمل من تساؤلات حول فكرة أصالة الفن المعاصر وجماليته، والفرق بين الفن الرقمي والفن التشكيلي التقليدي، وتداول الأعمال التشكيلية عبر شبكة الإنترنت كسلعة قابلة للاستبدال النقدي، حيث ساهمت وسائل التواصل الاجتماعي وكثير من المواقع الإلكترونية في تسويقه مع حقوق الملكية الفكرية لهذا المُنتج، وبالتالي نجد أن قيمة الاستثمار في الفن التشكيلي المعاصر عبر الوسائطية الرقمية في نمو متزايد

لذلك أن التطور المتسارع للعالم السيبراني يجعل كثيراً من الأشياء التي حولنا تتغير بشكل مستمر، مما يوفر لكثير من الفنانين فرصة اكتشاف طرق وأساليب جديدة لصناعة الفكرة الإبداعية وتسويقها، وبذلك يساهم الفن التشكيلي المعاصر في تعزيز مخرجات الاقتصاد الإبداعي على المستوى الوطني حيث باتت صناعة الإبداع هي المحرك الأساسي للعملية الاقتصادية برُمتها ودافعًا

للتحديث والتطوير في مدارك الانسان، بالإضافة إلى مساهمته في اثارة المحفزات البصرية لدى الفنان، ورفع الذائقة الفنية بين افراد المجتمع، مما يفتح الطريق إلى تعاضد الاقتصاد والفن التشكيلي المعاصر في إطار تعزيز صناعة الكفاءة الإبداعية التي تعكس هوية المجتمع، وبالتالي يصبح مصطلح صناعة الإبداع ناتجا عن مفهوم توسع مدارك الانسان اتجاه الاستثمار النشط في مجال الوسائطية الرقمية والتي تعتبر بيئة خصبة للتسويق والترويج للمُنتج الإبداعي، وعلى هذا الأساس يكون الفنان التشكيلي هو صانع للفكرة ويتبع مبادئ الصناعة والإنتاج لجني الأرباح، من خلال ربط الفن التشكيلي المعاصر بالتسويق الرقمي، والذي بدوره يحول العمل الفني التشكيلي إلى سلعة مربحة وجزء لا يتجزأ من الصناعات الإبداعية التي يقوم عليها الاقتصاد الإبداعي الإنتاجي، الذي قد يزيد من حجم الطبقة المبدعة في بين افراد المجتمع، ويزيد من نسبة توظيف الأفراد الأكثر ابداعاً وبالتالي فإن التفكير في رعاية تلك المواهب الفنية هو بحد ذاته شكل من اشكال تنشيط الاقتصاد الإبداعي الثقافي بصورة عامة، ويساهم في رفع مكانة الفنان المُنتج للسلع الإبداعية.

إن تبني رؤية موسعة للاستثمار في صناعة الفن التشكيلي المعاصر، قد يوسع مفهوم الاقتصاد الإبداعي إلى حد كبير، ويصبح المفهوم العام للإبداع مرتبطا في تغذيه الأفكار الابتكارية التي تبرز الهوية المجتمعية، وهذا يستدعى زيادة الانغماس في فضاء شبكة الإنترنت ومواجهة تحديات العصر من خلال الاستخدام الأمثل لتكنولوجيا المعلومات، فكلما ارتفعت الكفاءة الإبداعية في التسويق الرقمي للهوية الوطنية من منطلق إنتاجي، ارتفعت قيمة المخرجات الفنية لدى الفنان حيث إن الاقتصاد الإبداعي ليس بالضرورة أن يعتمد على الاستثمار الكمي في إنتاج اللوحات التشكيلية فحسب، بل أيضا على المهارة الإبداعية في صناعة المحتوى والترويج الوسائطي، الذي ينقل مفهوم الكفاءة في

الفن التشكيلي المعاصر من إطار القيمة الجمالية التزينية إلى الوظائفية الإنتاجية ضمن إطار الاقتصاد الإبداعي، وينطوي على ذلك رفع قيمة المحفظة الاستثمارية في الفن التشكيلي الذي يرفد الاقتصاد الوطني بصورة عامة لقد أخذنا هذه الظاهرة باهتمام خاص من خلال فصول الإطار النظري للدراسة؛ من وجهة نظر اقتصادية وفنية في ذات الوقت، فضلا عن تحليل العلاقة بين الفن التشكيلي المعاصر والاقتصاد الإبداعي، ومعرفة كيف ولماذا يرتبط الاقتصاد بالفن التشكيلي ارتباطا وثيقا. وبناءً على ما سبق يمكن تلخيص العلاقة التي تربط الاقتصاد الإبداعي في الفن التشكيلي المعاصر بالنقاط التالية:

1. يعتمد الاقتصاد الإبداعي بالدرجة الأولى على الاستثمار بالعقول والمهارات والطاقات البشرية التي تنتج وتروج وتوزع الفن التشكيلي المعاصر بشكل تجاري على مستوى الدخل الوطني
2. في ظل الاقتصاد المبني على الإبداع وتوجه دول العالم نحو العولمة يرتكز الاقتصاد الإبداعي في مجال الفن التشكيلي المعاصر على الحرفية العالية في الإنتاج والتنفيذ والمهارة الابتكارية في التسويق والترويج
3. يرتبط الاقتصاد الإبداعي بالفن التشكيلي المعاصر من خلال توسع استهلاك الوسائطية الرقمية بين افراد المجتمع
4. أن الاقتصاد الإبداعي لا يعتمد على الاستثمار الكمي في انتاج اللوحات الفنية بل على المهارة الإبداعية وطريقة الترويج لها.
5. يعتبر الفن التشكيلي المعاصر بشكل عام هو جوهرة الاقتصاد الإبداعي
6. تكمن العلاقة بين الفن التشكيلي المعاصر والاقتصاد الإبداعي في القيمة الجمالية وسهولة تقديمه للمستهلك من خلال الإعلان وصناعة الصورة
7. أن عملية تحويل اللوحات التشكيلية التزينية المرتبطة في صناعة المحتوى الفني الأكاديمي إلى منتج اعلاني تجاري يجعله مصدراً للقيمة الانتاجية

ومصــدراً لتحويل رأس المال البشــري الإبداعي إلى ســلع وخدمات جمالية استهلاكية وتحقيق العائد العام للدخل القومي

8. أن الاقتصــاد الإبداعي بصــورة عامة يقوم على وســائط مرئية مبنية على مهارات فنية تشكيلية بالأساس

9. " أن الانتقال من الاقتصــاد الريعي الاســتهلاكي إلى منطق الإنتاج الجمالي القائم على الصناعات الإبداعية الانتاجية الداعمة لاقتصاد المعرفة"[1] يعتبر قيمة مضــافة في انتاج الســلع الفنية الصــناعية والتي تخلق الثروة وفرص العمل لكثير من الفنانين وفي ذات الوقت تســاهم في تعزيز الانــدماج الاجتماعي والتنمية البشرية

10. الاقتصاد الابداعي يقوم على ترجمة المواهب والمهارات الإبداعية في مجال الفن التشــكيلي المعاصــر إلى قيمة اقتصــادية مما يســاهم في تعظيم الناتج المحلي

11. الفن التشكيلي المعاصر هو تعبير عن الإبداع البشري وذات قيمة اقتصادية اســتثمارية في ســوق التجارة العالمية حيث يتنافس هذا القطاع بشــراســة مع سوق الأسهم والسندات المالية والعقارات والمعادن النفيسة من خلال دور العرض والمزادات.

[1] https://platform.almanhal.com/Files/2/76356

الفصل الثاني

الفن التشكيلي المعاصر

الهوية، الوظائفية، الاستثمار

تمهيد

يتناول هذا الفصل موضوع علاقة الفن التشكيلي المعاصر بالهوية والسياحة الفنيـة من منظور أنثروبولوجي، كمجـال يتتبع نمو وتطور الفن التشـكيلي على المسـتوى الإقليمي والحضـري، من حيث الاسـتثمار والتسـويق للسـياحة الفنية فضـلاً عن صـلاتها بالتخصـصـات الأخرى بما في ذلك الاقتصـاد الإبداعي وعلاقته بالوظائفيـة من منظور جمالي، والأنثروبولوجيا الاجتماعيـة، وجغرافيا الفن التي تهتم بتأثير المكان والمناظر الطبيعية على صـناعـة الفن التشـكيلي المعاصـر وتسـويقه. حيث تعكس الصـناعات الثقافية والإبداعية في المجتمع هوية جغرافيا المواقع الفنية، وتأثير العوامل الطبيعية والسـياسـية المحيطة بالفنان على المنتج الفني التشكيلي.

ويمكن ملاحظة ذلك على الإنتاج التشـكيلي للفنان المصـري على سـبيل المثال، الذي تأثر برموز الحضارة الفرعونية وتأثر أيضا بالمناظر الطبيعية لجغرافيا نهر النيل كما نشاهد ايضا تأثر الفنان العراقي بتضاريس نهر دجلة والمواقع التراثية للمكان، وتأثر الفنان الأردني بالمواقع الأثرية والقضـية الفلسـطينية؛ علاوة على ذلك يلقي هذا الفصـل الضـوء على ثقافة الملتقيات الفنية (Symposium) والتي تعتبر من الأحداث الثقافية التي تلعب دوراً بارزاً في تنشـيط الاقتصـاد الإبداعي وبالتالي لم يعد الفنان منتجاً للتصـوير التشـكيلي فحسـب، بل صـانع للملتقيات الفنية (السـموزيوم) ومشـارك في صـناعة السـياحة المحلية والخارجية والتي تعتبر وسيلة لتسويق الهوية المجتمعية والصناعات الإبداعية الوطنية.

الفن التشكيلي المعاصر والهوية

يعتبر الفن التشكيلي المعاصر من أهم الصناعات الإبداعية الاستثمارية التي تعكس هوية المجتمع ضمن نطاق الاقتصاد الابداعي، ويساهم الفن التشكيلي المعاصر في تسويق وترويج الهوية الوطنية في العديد من دول العالم، وفي ذات السياق إن اقتراح مصطلح صناعة الفن التشكيلي، هو نقطة مواجهة لقواعد المدارس الفنية القديمة نحو مزيد من التطوير والتسليع المتكيف مع نمط الحياة الحديثة، وبناء نموذج للهوية الوطنية عبر الوسائطية الرقمية للمجتمع، وبذلك يكون مفهوم صناعة الفن التشكيلي المعاصر ناتجاً عن "توسع مدارك الانسان نحو ميدلوجيا الحوار الاجتماعي الثقافي الذي يحمل رسالة ويشير إلى قضية أو يحاكي مشهداً افتراضياً وليس بالضرورة أن يتصف بالديمومة" ومن هذا المنطلق لا يمكن فهم الهوية المحلية لأفراد المجتمع الا من خلال الفن التشكيلي المعاصر.[1]

وبالتالي أن مفهوم الفن التشكيلي المعاصر القائم على الهوية يشكل محوراً رئيساً للاستثمارات التجارية، ومرتكزاً اقتصادياً معاصراً لا غنى عنه في مجال التسويق والترويج للسلع التجارية، من خلال الجمع بين المفردات التشكيلية المعاصرة والرموز التراثية للمجتمع، مشكلاً بذلك صناعة معاصرة للتصوير تحوي بين ثناياها تكويناً ابداعياً ممزوجاً بالخوارزميات الرقمية ذات قيم جمالية تعكس الهوية الوطنية وتساهم في تفعيل الدور الاستثماري للمنتجات والأفكار الإبداعية للمجتمع، عن طريق الوسائطية التفاعلية المباشرة، لذلك أن ما يهدف له الفن التشكيلي المعاصر هو فهم الحاضر بصورة معمقة دون الرجوع إلى تقاليد المدارس الفنية القديمة، واهم ما يميز هذا الفن هو استخدام وسائط مواد متعددة

[1] Joseph Beuys | German sculptor and performance artist | Britannica.com [Internet]. [cited 2016 Nov 14]. Available from: http://sc.egyres.com/XZrEg p15-24

في انتاج العمل، بالإضـافة إلى الفكرة والابتكار والإبداع الذي يحمل هوية الوقت الحاضـر المنتج في حياتنا الحالية ويعكس عدة مفاهيم واتجاهات أفراد المجتمع لذلك يمكن تعريف الفن التشكيلي المعاصـر إجرائيا من منظور أنثروبولوجي: إنه قيمة جمالية تحمل مضـمون مفردات المكان وهوية المجتمع، تم إسـقاط قيم رقمية معاصـرة عليهم في التنفيذ والإنتاج أو في الترويج، التسـويق التوزيع على الرغم من أن الفنانين التشكيليين المعاصـرين لا يركزون المنتج ذاته، بل يركزون على تأثيره على الجمهور بجودته الجمالية. وفي هذا الكتاب نسـتخدم مصـطلح المنتج بمعنى السلعة المادية الإبداعية القابلة للبيع والاستبدال.

ويشـير الفنان الألماني (Joseph Beuys) جوزيف بويس، على أن "الفن بصـورة عامة يرتبط بهوية المجتمع الذي يعيش فيه الفنان، ويعتقد بويس أن كل إنسان هو فنان من ناحية تحمل المسؤولية المجتمعية اتجاه وطنه، ويعتبر أن هوية المجتمع الفنية أكبر عملا فنيا على الإطلاق ويدعو بويس إلى ضـرورة أن يكون العمل الفني الإبداعي بالمشـاركة مع المجتمع وأن يكون ذات فائدة وقيمة اجتماعية كما يصـف العالم المعاصـر بالمسـرح وجميع البشـر هم ممثلون ليس أكثر". ويرتكز فكر بويس على مفاهيم خاصة للفلسفة الاجتماعية والتي سماها بالنحت المجتمعي، وتوسع مفهوم الفن التشكيلي المعاصـر والقدرة اللامحدودة للإبداع، حيث إن جميع الأنشـطة البشـرية على سـطح الأرض تكون ذات تأثير مباشر على العالم، ويكون تأثير الفن داخل الإنسان على شكل طاقة سارية بالخلق تؤثر وتتأثر. من هذا المنطلق استنتج الباحث أن بويس كان له فلسفة صوفية عميقة في فهم الطبيعة البشرية وعلاقتها مع الهوية.

حيث يرفض مسـألة الإدراك البصـري للعمل الفني التقليدي المرتبط بالناحية الجمالية فقط، ويؤكد على أن "الجمال والمعرفة هما عنصـر واحد لا

يمكن فصلهما فقد يكون الجمال في معرفة الحق وتطبيقه على أرض الواقع". وهذا الطرح يقودنا إلى حلقة الوصل التي تربط نظرية الاقتصاد الإبداعي في الفن التشكيلي المعاصر وعلاقتهما في الاستثمار بهوية المجتمع، والتي باتت تشكل اللبنة الرئيسة في بناء الاقتصاد الوطني، وبالتالي هذا ما يضع الفنان أمام تحد حقيقي لمواكبة العصر من خلال إعادة النظر في طريقة طرح قضايا المجتمع والتسويق لها من خلال الوسائطية الرقمية فالعالم توسع وأصبح فضاء مليئا بالإبداع. وبالتالي هذا يشكل منعطفا أساسيا في آلية تسويق الفن التشكيلي المعاصر المرتبط بهوية المجتمع.

إضافة على ذلك ركز مؤتمر دافوس في العام (2019 م)، على ضرورة تنشيط وترويج مفهوم الاقتصاد الإبداعي المرتبط بثقافة المجتمع، مما يساهم في رفع مكانة الفنان المنتج للسلع الإبداعية وفي ذات الوقت يعمل على تطوير الاقتصاد المحلي للدول، وعلى الرغم من تداعيات الوضع الاقتصادي بعد العام (2019 م) بسبب انتشار جائحة كورونا على مستوى العالم، إلا أن ذلك ساهم في إخراج كثير من مواهب الفن التشكيلي المعاصر، أثناء الحجر الصحي من خلال الوسائطية الرقمية والتي كانت تعبر عن ثقافة ذلك المجتمع وتعكس توسع مفهوم الفن التشكيلي المعاصر المرتبط بالهوية كما دعا المؤتمر إلى المزيد من الاستثمار في الإنتاج الفني المعاصر لما لذلك من أهمية اجتماعية للقرن الحادي والعشرين.[1]

وخلال فعاليات المنتدى تم عرض أعمال فنية تصويرية للفنان التشكيلي الإيراني مهدي غاديانلو والشكل رقم (5) يشير إلى صورة فتاة صغيرة تحمل بيدها بالونا أحمر، حيث يوحي البالون إلى براءة الطفولة وفي ذات الوقت يشير إلى الدمار إذا قابل إبرة حادة، ويتكون هذا العمل الفني التشكيلي الأقرب إلى السوريالية من

1 https://unctad.org/system/files/official-document/ditctsce2022d1_overview_en.pdf

ثلاث لوحات منفصلة ترتبط أجزاؤها ببعضها البعض، وتحمل عنوان (البحث عن الأمل).



الشكل رقم (5) تصوير معاصر للفنان الإيراني غاديانلو منتدى دافوس الاقتصادي 2019م[1]

تم تثبيت هذه اللوحات في بهو قاعة الدخول الرئيسية لمركز المؤتمرات مكان عقد الاجتماع السنوي للمنتدى الاقتصادي العالمي في مدينة دافوس من العام (2019 م)، حيث يمكن اعتبار هذا العمل الفني التشكيلي المعاصر للفنان الإيراني (غاديانلو) شكل من أشكال الاقتصاد الإبداعي، لأنه حمل قيمة استثمارية تسويقية، ضمن إطار فعاليات المنتدى الاقتصادي العالمي دافوس في العام (2019 م) من خلال الترويج لفكرة تحمل مضمونا ورسالة مجتمعية لأعضاء المنتدى.

---

1 https://www.thisiscolossal.com/2019/01/balloon-mural-by-mehdi-ghadyanloo

ومن هذا المنطلق نعتقد أن الفنان نجح في إسقاط مفهوم الاقتصاد الإبداعي على الاستثمار في الفن التشكيلي المعاصر عن طريق تغذيه الأفكار الابتكارية المرتبطة بالسياسة والاقتصاد والهوية المجتمعية، فضلا عن ربط الفن التشكيلي المعاصر بالتصميم والإعلام، والهندسة المعمارية. فطريقة عرض هذا العمل الفني التشكيلي الضخم للفنان الإيراني (غاديانلو) بهذا الحجم المتناسق مع الهندسة المعمارية لمكان عقد منتدى دافوس (2019 م)، تعكس جذور ثقافية مرتبطة بالهوية وتقوم على صناعة إبداعية، تمثل فكرة وتطرح قضية في فضاء جيوسياسي. واليوم لا يمكن لأحد أن ينكر أن هذه الأنشطة الفنية الإبداعية تعكس هوية الفنان التي تعتبر شكلا من أشكال الاقتصاد الإبداعي.

وحسب آخر الإحصائيات كما وردت من نقاشات منتدى دافوس الذي كان يحمل عنوان "عصر اقتصادي جديد نحو العولمة"، فإن قيمة الاستثمار في الأعمال الفنية عبر الإنترنت في العام (2018 م)، قد بلغ (4.64) مليار دولار، وفقا للتقرير السنوي الخاص بالتجارة الإلكترونية عبر الإنترنت، الذي أصدرته شركة هيسكوس (Hiscox)، للتأمين التي مقرها برمودا. وبناء على ذلك نرى أن حجم الاستثمار في سوق الفن المعاصر عبر الإنترنت في نمو متزايد مما يجعل إجمالي مبيعات الفن قد تصل إلى (9.32) مليار دولار بحلول عام (2024 م). بزيادة قدرها 11 ٪. عن عام (2017 م)، ويعتمد هذا التقرير على البيانات التي قدمتها شركة أرت تاتش (ArtTactic)، لتحليل السوق، والتي استطلعت على عقود (706) من مشتري الأعمال الفنية عبر الإنترنت من خلال 128 تاجرا وصالة عرض، وتوقع التقرير استمرارا ونمو سوق الفن عبر الإنترنت

وفي ذات السياق كان للولايات المتحدة الأمريكية دور في تسويق فكرة العولمة من خلال الفن حيث تم تفعيل نظرية الاقتصاد الإبداعي المرتبط

بأنثروبولوجيا المجتمع في صناعة السينما التي تعكس الثقافة والهوية الأمريكية المعاصرة، كما كان لتركيا دور مؤثر على الثقافة العربية في مجال صناعة السينما من خلال مساهمة الأخيرة في الترويج لثقافة وهوية المجتمع التركي عبر الدراما والمسلسلات والأفلام وفنون الطهي، كل ذلك كان يعتمد على المواهب الإبداعية لأفراد المجتمع والتي تهدف إلي وتسويق هوية المجتمع التركي من منظور أنثروبولوجي، فضلا على تسويق الأماكن السياحية وبالتالي فإن التفكير في رعاية تلك المواهب هو بحد ذاته شكل من أشكال تنشيط الاقتصاد الإبداعي الثقافي للمجتمع بصورة عامة، مع توسع انتشار تكنولوجيا المعلومات وتقنية الوسائط الرقمية والعوالم الافتراضية (VR.AR) وثورة الاتصالات، ساهم كل ذلك في زيادة الإنتاج الثقافي الإبداعي في العالم كشكل جديد للاستثمار بالهوية.

وضمن هذه المعطيات يعتبر كل شخص مبدع في المجتمع هو شريك في المنتج الثقافي العالمي وشريك في تفعيل الاستثمار في نظرية الاقتصاد الإبداعي هذا ما شار إليه بويس سابقا بالنحت المجتمعي، لذلك أن عملية رعاية المواهب والبحث عن الإبداع الفردي في المجتمع والتركيز على التعليم وآليات الابتكار والاهتمام باقتصاد المعرفة، كل ذلك يعمل على تنمية رأس المال البشري وهو المواطن، بعد أن يندمج في المحرك الرئيسي للاقتصاد العالمي ضمن إطار تكنولوجيا المعلومات لترتفع مساهمة الفرد في الاقتصاد الإبداعي، المبنية على حق الحصول على المعرفة ونتيجة لذلك يعتبر الاقتصاد الإبداعي المنتج للسلع الفنية إحدى دعائم الثقافة المعاصرة وأصبحت الثقافة المادة الخام للفن منتجا صناعيا تتبع قوى العرض والطلب.

وتعتبر عملية تطوير رأس المال الفكري للمواطن، أيضا ضمن نطاق الاقتصاد الإبداعي أمرا في غاية الأهمية، لأنه يشكل رأس المال الهيكلي والتنظيمي

للصناعة الإبداعية، التي تعزز الوظائفية وبالتالي زيادة القيمة المضافة الناشئة من هذا المجال لتصب في النهاية في بوتقة الاقتصاد الوطني ويشير Florida فلوريد مؤسس نظرية الطبقة الإبداعية، "أن الإبداع يعتمد على البيئة الداعمة له فضلا عن العوامل الاجتماعية والثقافية والاقتصادية، حيث يتميز ممثلو تلك الطبقة عادة بالتنقل والمرونة والتعلم الذاتي والمشاركة الاجتماعية، والاهتمام بثقافة الشارع" ويعلق على ذلك (Throsby) ثيرسبي أنه "على الرغم من أن الاختلافات الثقافية بين طبقات الشعب قد تكون سببا في تخلف البلدان، إلا أن ذلك قد يكون سببا في ازدهار السمات الثقافية التي تعمل على تطوير وتحديث هوية المجتمع برمته"

لذلك إن الهوية التعريفية لأي مجتمع معاصر تنحصر في كل الإفرازات الحضارية المتراكمة عبر السنين من طبائع موروثة وقيم ثقافية وفلسفية وفكرية للأمة، حيث يتفاعل فيها افراد المجتمع مشكلين بذلك سمات مميزه لشخصيتهم. تنعكس على كل حقول الثقافة والأدب والفن، فالهوية والثقافة حقيقة وجودية واحدة، وهما عنصران متوازيان لبعضهما البعض لتكوين الذات الجوهرية لشخصية الفرد والمجتمع برمته، الذي يتصف بالخصوصية والتفرد، حيث تعتمد هوية أي فرد على الاعتراف بثقافة الآخرين، إذاً لا هوية بلا ثقافة، إذا اعتبرنا أن الثقافة لغة تواصل تستند اليها الأمة، ولا ثقافة بلا هوية تحدد ذاتية وخصوصية ذلك الشعب. ومن هذا المنطلق يمكن لنا البناء على هذا المفهوم باعتبار أن الثقافة جزءاً لا يتجزأ من التراث الحضاري للأمة الذي يتميز بالخصوصية عن غيره من الأمم تمامًا والهوية هي نظام إحداثيات تحدد مكانة الوطن والمواطن.

والعالم العربي الآن يقع بإشكالية إعادة صناعة الهوية الثقافية وآلية الاستثمار فيها، بناء على المعاصرة في مجال الحداثة التكنولوجية وما يترتب عليها من صراعات سياسية، في المضمون والشكل وهي تشكل بذلك أزمة فكرية في

صناعة الهرم الجمعي للهوية الثقافية العربية. ويرى إدوارد سعيد "أن للحداثة الغربية والاغتراب دورا بارزا في التأثير على مفهوم صناعة الهوية الثقافية العربية على وجه التحديد مما نتج عن ذلك اضطراب اجتماعي وثقافي في ذلك الوسط تمثل في كثير من الأحيان بالازدواجية في التعاطي مع كثير من القضايا القومية والوطنية بالتوازي مع تصاعد الفكر الرأسمالي المهيمن على تسويق المنتج الإعلامي، من خلال المحاكاة وثقافة الصورة وانتشار مفهوم العولمة وما يتضمن ذلك من مفاهيم وقيم غربية، تفرض نفسها من خلال صناعة الفن"

وتمثل الفنون التشكيلية المعاصر أحد أهم أشكال السلع الاستهلاكية في الاقتصاد الإبداعي حيث تتم صياغته بناء على ثقافة المجتمع والمكان الذي يعيش فيه الفنان، فضلا على إعادة إنتاجها بالمناقلة والتدوير من خلال الوسائطية الرقمية وشبكة الإنترنت وهذا بدوره يساهم في هيكلة الفكرة الإبداعية بهدف التسويق لها كما يساهم الفن التشكيلي المعاصر في تغير أساليب وأنماط الحياة المعاصرة مع تغير شكل الهوية الرقمية في المجتمع. ونعتقد أنه على الرغم من أن للمحاكاة الرقمية جانبا سلبيا تجاه الهوية والتراث الثقافي والفني للأمة، إلا أن استهلاك المنتج الفني التشكيلي الرقمي يعمل على توسع انتشار المواهب والأفكار الإبداعية بين شريحة الشباب المعاصر على مستوى العالم، فضلا على أن المجتمعات الغربية المتفردة في صناعة التكنولوجيا الرقمية ليست هي الوحيدة في العالم التي تنتج تلك الصناعة، وبالتالي إن الشعوب العربية التي دخلت نطاق العولمة، وانغمست بالوسائطية الرقمية الغربية لا يمكن لها الذوبان في الحضارة الغربية، حتى لو استهلكت المنتج الغربي من خلال الصناعات الإبداعية، لأن الحقيقة الروحية العليا لأي حضارة على سطح الأرض هي اللغة والدين والقيم والعادات والتقاليد، وهي التي تعكس المكون الأساسي للهوية الثقافية المجتمعية

للأمة، والدليل على ذلك أن الحضارة الغربية المعاصرة لم تتأثر بالحضارة الآسيوية، لأنها وريثة الفكر اليوناني القديم والدين المسيحي.

لهذا السبب نؤكد على نظرية الاقتصاد الإبداعي ضمن نطاق العولمة أنها لا يمكن أن تحدث اضطرابا في الهوية الثقافية العربية. فضلا على أن الفن التشكيلي المعاصر يمثل شكل من أشكال المعرفة، التي تعبر عن المخزون الثقافي للأمم بحيث يشكل الفن التشكيلي، الهوية الخاصة لهذه الأمة فكل أمة لها فن يميزها عن غيرها من الأمم، مستندا إلى الدين واللغة والعادات والتقاليد والقيم الجمالية المكانية التي تمثل هوية المجتمع، حتى لو تأثرت بالفكر الرأسمالي، والوسائطية الرقمية الغربية، لن يغير ذلك شيئا، ومثالا على ذلك الفنان العراقي العالمي المعاصر ضياء العزاوي، حيث يستلهم موضوعات أعماله من وطنه ومن أيدلوجيا وثقافة الشعب العربي، على الرغم من اغترابه في بريطانيا منذ سبعينيات القرن الماضي وحتى الآن، إلا أنه في أعماله التشكيلية تبدو كشيء متنوع في الأساليب وهو دائم الانشغال في انتقاء مفردات تحوي العالم بأسره، يعبر عنها بحرية تامة وفي ذات الوقت يخلق هوية متفردة بخصوصية شرقية، تجمع ما بين الأصالة العربية وتقنيات المدارس الغربية المعاصرة التي وإن جاورت تلك الأصالة فهي تبرز قيمة الاختلاف من خلال الألوان وشخصيات مجردة ورموز أسطورية سومرية كما في الشكل (6).

وما بين الظلال والأشكال، يخلق العزاوي الغموض الساحر بين تلك العناصر والكتل وكأنه يقص قطعه الفنية علينا، حيث تشير أعماله المنجزة في ثمانينيات القرن الماضي محنة الشعب الفلسطيني في مجزرة صبرا وشاتيلا في ثمانيات القرن الماضي.



الشكل (6) عمل تصويري معاصر للفنان العالمي ضياء العزاوي تمثل مجزرة صبرا وشاتيلا في لبنان[1]

كما يطرح في عمله المُنجز في العام (2003م) والذي يبلغ طوله (15) متراً المأساة التي يعيشها الشعب العراقي في أعقاب سقوط بغداد والغزو الأمريكي إلى الاعتداء الوحشي على السجناء في أبو غريب، مصوراً بذلك حالة التشرذم الجسدي والنفسي للشعب العراقي.

إضافة على ما ذكر تعتبر الفنون من العلوم التي يدخل فيها الإبداع والتخيل ضمن دائرة المكان حيث يقوم الفن على ترقية العقول ويزيد من الخيال الإبداعي التعبيري لدى الفرد، ويوسع المسافات بين الأماكن، كما يعتبر الإبداع في الفن التشكيلي المعاصر من معايير الذكاء والتميز فعملية صناعة جيل ذكي ومبدع يتطلب الانغماس بالتكنولوجيا الرقمية الإنتاجية بهدف توليد الخيال وتسويقه ويقول آينشتاين: "إن الخيال أهم من المعرفة، فالمعرفة محدودة بما نعرفه الآن وما نفهمه بينما الخيال يحتوي العالم كله وكل ما ستتم معرفته أو فهمه إلى الأبد". وبالتالي أن الفن التشكيلي المعاصر مسار يغرس الخيال والابتكار بين أفراد

[1] https://www.jadaliyya.com/Details/27284

المجتمع، وينمي قدرات العقل في دراســة المعلومات المكانية ويبحث في الحقائق والمفاهيم المرتبطة بفلسفة المجتمع بالإضافة إلى تنمية المدارك الحسية. ويؤكد عرابي على "أن الوعي الاجتماعي مرتبط بذاكرة الأمم وهو نتاج لعملية صــياغة وصقل للمنتج الفني من خلال أدوات متعددة"

ويلعب الفن التشــكيلي المعاصــر من خلال الوســائطية الرقمية دورا قي تسويق المعلومة الاجتماعية ودلالة الهوية الوطنية عبر الوسائطية الرقمية، بصفته شكلا رقميا ينتج معرفة أو ينقلها أو الحالتين معا، وبذلك يكون للتصوير المعاصر دور محوري في صــياغة وتشــكيل الهوية العالمية بصــور مناطقية متعددة، كما يسوغها ويتصورها الفنانون، وبالتالي فإن الواقع الوسائطي هو انعكاس للرؤية التي يمتلكها المجتمع عن المكان المرتبط بالهوية، وهذا مؤشــر على أن عملية تصـنيع وترويج الفن التشكيلي المعاصر الملتصق بالهوية عبر الوسائطية الرقمية هو شكل من أشكال الاقتصاد الإبداعي المدر للدخل، وأن الحالة المثالية المعبرة عن الهوية المعاصــرة للشعوب تتمثل بالإبداع البشــري المستند لأنثروبولوجيا المجتمعات، وهي أيضا إحدى دلالات صور الهوية الوطنية "[1]

---

[1] فولف، كريستوف (أنثروبولوجيا التعليم) مترجم د. السقار دار المناهج للنشر، عمان الاردن،2018 ص15-44

الفن التشكيلي المعاصر والسياحة الفنية

لا يمكن فهم الهوية المحلية لأي بلد في العالم إلا من خلال السياحة والسفر إلى ذلك البلد والاطلاع على الصناعات الثقافية والإبداعية فيه، حيث يعتبر الفن التشكيلي المعاصر وسيلة مهمة للتعبير عن الهوية والتراث الوطني، وفي ذات الوقت يعكس قيما وتقاليد وتاريخ الشعوب، كما تعزز السياحة الفنية المشاريع الفنية التي تعكس التنوع والتفرد الثقافي للمجتمع، من خلال زيارة المتاحف وحضور المهرجات الثقافية، التي تشمل أنشطة اجتماعية وفنية متنوعة، وتعتبر السياحة الفنية من المجالات التي تلتقي فيها صناعة الفن والسفر، فيمكن زيارة صالات عرض اللوحات التشكيلية المعاصرة والملتقيات الفنية الدولية والتي تعتبر من المعالم المهمة التي تجذب الزوار من مختلف أنحاء العالم وبالتالي تعزز دور الاقتصاد الإبداعي وتنشط السياحة وتسوق الفن التشكيلي المعاصر ومثال على ذلك ملتقى ديكومنتا للفن المعاصر (Documenta) والذي يعتبر من أهم المعارض الفنية في العالم، ويعد أحد أبرز الأحداث الثقافية التي تقام في مدينة كاسل الألمانية كل خمسة سنوات ويستقبل الزوار على مدار مئة يوم، ويتميز هذا الملتقى بتقديم مجموعة واسعة ومتنوعة من الأعمال الفنية المعاصرة من مختلف قارات العالم، تساهم في جعل مدينة كاسل منصة عالمية مهمة لعرض وتسويق الفن المعاصر، وجذب الفنانين والمتخصصين والمهتمين بالفن، ففي عام (2017م) تم تقدير عدد زوار المهرجان بمليون شخص، وهذا ما عزز الحركة السياحة في مدينة كاسل من خلال تحويل الإبداع إلى منطق الإنتاج الجمالي الصناعي، ويذلك يكون هذا الفعل الثقافي شكلا من أشكال الاقتصاد الإبداعي وأداة من أدوات التنمية الاقتصادية الوطنية في ألمانيا[1]

[1] https://www.documenta.de/en/about#2800_fridericianum

وهناك الكثير من الأمثلة على أن السفر لمشاهدة الفن والصناعات الإبداعية كان موجودا ومنظما منذ الحضارة الفرعونية القديمة على وجه الخصوص، حيث تم العثور على "نقوش وكتابات سياحية تعود الى العام (1200) قبل الميلاد، تشير الى زيارة الرومان الى اهرامات الجيزة والمقابر المصرية القديمة وتأثرهم بتلك الحضارة، التي كان عمر بناءها في ذلك الحين يزيد عن الف عام"، ومن الواضح انها كانت مفتوحة للسياحة الفنية كما تفعل العديد من المجتمعات المعاصرة اليوم كما يعتقد أن تلك الزيارات الفنية كانت بهدف تشجيع الاستثمار والتسويق للمنتجات التشكيلية وهو شكل من اشكال تسليع المنتج الإبداعي أيام الحضارة المصرية القديمة

ومن هذا المنطلق أن مفهوم ابتكار الفكرة في الفن التشكيلي تقوم على قدرة الفنان على التفكير بشكل مختلف والخروج عن التقاليد المألوفة، والتحدي المستمر للحصول على حلول جديدة ومبتكرة في تسويق المنتج الفني التشكيلي اولا، ومن ثم تسويق جغرافي المكان الذي يعيش فيه الفنان، انها استراتيجية أساسية لنجاح السياحة الفنية. وتعتبر الملتقيات الفنية المعاصرة (السمبوزيوم) احد اشكال السياحة الفنية التي تساهم في تسويق المنتج الفني التشكيلي للقنان، فعندما يتم تنظيم مثل هذه الملتقيات نساهم بطريقة غير مباشرة في تنشيط السياحة الفنية والاستثمار في القطاع الثقافي، مما ينطوي على ذلك تسليع الفعل الإبداعي، فكلما زاد اندماج الفنانين مع بعضهم ومع الجمهور المتابع لمراحل انتاج العمل الفني التشكيلي، تصبح قيمة المنتج تبادلية، وتأخذ الطابع الاجتماعي وهذا مع ينطبق مع مفهوم العمل الصناعي الذي يلبي رغبات المستهلكين، فالفنان الذي يقوم في انتاج العمل الفني التشكيلي المعاصر في الملتقيات الفنية، يفترض انه يقم بالتعبير عن نفسه من خلال استخدام مفردات تصويرية للفكرة الإبداعية، ولكن في ذلك

الموقف السياحي يغترب الفنان بالمنتج الفني التشكيلي الخاص به بسبب خضوعه للمنطق الرأسمالي التبادلي أي لوحة مقابل الترفيه السياحي، وفي ضوء ذلك يساهم في تســويق المكان وجذب الســياح وتســويق وتروج المنتجات الفنية والثقافية المتعلقة بهذا الملتقى.

الفن التشكيلي المعاصر والوظائفية

غالبا ما يتم اعتبار الوظائفية أو "الإنتاجية" ضمن نطاق المفهوم الاقتصادي على أنها مقياس القدرة على تحويل المدخلات إلى مخرجات وفقا لمواصفات محددة في زمن محدد وبتكلفة معينة، هذا يعني أنها مبنية بالأساس على نسبة المخرجات إلى المدخلات، ولكن في مجال الاقتصاد الإبداعي تكون الإنتاجية مرتبطة بنتائج تسويق المنتج الفني، لذلك أن الدور الداعم للوسائطية الرقمية مرتبط في الصناعات الثقافية والإبداعية بما في ذلك الفنون المعاصر. وبالتالي فإن معنى الإنتاجية في الفن التشكيلي المعاصر، يختلف عن مفهوم الإنتاجية في اقتصاديات السوق حيث إن الإنتاجية في مجال الاقتصاد الإبداعي تتمثل في تحقيق القدرات الإبداعية بين أفراد المجتمع والعمل على ترويجها، فضلا على معالجة مشكلة التمويل الذاتي للمبدع من خلال تفعيل دور الوظائفية الرقمية للتصوير المعاصر المقترن بالمهارة العالية في التسويق، مما يساهم في تحسين إنتاجية الفنان في ظل المتغيرات الاقتصادية العالمية ما بعد جائحة كورونا، حيث بات من المؤكد أن الفنان المنتج للتصوير المعاصر لا يمكن أن ينغلق على ذاته معتمدا على أساليب القرن الماضي في عرض عمله الفني التشكيلي الإبداعي " [1]

ونعتقد أن مواجهة تحديات العصر تكمن في إعادة تأهيل الفنان في مجال تكنولوجيا المعلومات والتسويق الرقمي أمر ضروري لضمان استمرارية إنتاج الفنان لإعماله التشكيلية فالمجتمعات العربية لا تستطيع أن تقف مكتوفة الأيدي أمام هذه الثورة الرقمية، لذلك يجب العمل على مواجهة هذه التحديات، والتي تتسم بالتطوير والإبداع في الترويج الوسائطي عن طريق إدخال أساليب وطرق جديدة في العملية التسويقية للتصوير المعاصر، وهو ما يعرف بمصطلح التغير

[1] https://www.ammonnews.net/index.php?page=article&id=564759

الاقتصادي نحو الاستثمار في رعاية المبادرات والمواهب الإبداع في المجتمع،وهذا يستدعى زيادة الانغماس في فضاء شبكة الإنترنت بهدف بناء جيل قادر على مواجهة تحديات العصر من خلال الاستخدام الأمثل لتكنولوجيا المعلومات، والعمل على تسليح أفراد المجتمع بهذه التقنية الرقمية، لتحسين قدراتهم الانتاجية في مجال الاقتصاد الإبداعي، والتكيف مع الظروف المتغيرة على مستوى العالم، وفي ضوء توسع مفهوم الفن المعاصر، نتيجة إلى التغيرات التكنولوجية المتسارعة وبالتالي يعتبر من الضروري التفكير بشكل عملي لمواجهة تلك المتغيرات واللحاق بركب الأمم المتقدمة.

كما نعتقد أن ذلك لا يمكن أن يتم إلا من خلال إعادة تأهيل المواهب الإبداعية في مجال التسويق الرقمي، عن طريق إدخال مسار التسويق الرقمي ضمن إطار التعليم العام، ليكون التعليم يحمل صبغة وظائفية مدرة للدخل، فضلا عن تكثيف عقد الدورات التدريبية للفنانين في مجال التسويق الرقمي واقتصاديات الإبداع. الذي ينقل مفهوم الكفاءة في الفن التشكيلي المعاصر من إطار القيمة الجمالية التزينية إلى الوظائفية الانتاجية ضمن إطار الاقتصاد الإبداعي. ويشير (Sophie) سوفاي. "أن مفهوم الفن التشكيلي لم يعد عبارة عن نتاج تعبيري يحمل حالة حسية لإنتاج ما هو مرئي فقط، بل يعتبر عملية انتاجية واستثمارية تساهم في الوقت ذاته في بناء رأس المال الفكري أغزر انتاجا وأعلى عائد، الا أن توفير الوسائط والاساليب المعاصرة في الاعداد والتأهيل، هي اللبنة الرئيسة لصناعة الانسان الفنان المبدع، الذي يدفع عجلة الانتاج الوطني للنمو والاستدامة"[1]

[1] Sophie Cras (2013) Art as an Investment and Artistic Shareholding Experiments, University of Chicago Press.p18_26

الفن التشكيلي المعاصر والاستثمار

إن تحالف الفن والمال في فضاء العولمة الرقمية يعزز مرتبة الفن التشكيلي المعاصر في الاستثمار الذي يهدف إلى تحقيق المزيد من الربح من خلال توظيف رأس المال في الوسائطية الرقمية فعندما نسقط مفهوم الاستثمار على الفن نصل إلى مصطلح الاقتصاد الإبداعي المرتبط بعجلة الإنتاج للسلع وعلى هذا الأساس يمكن اعتبار الفنان التشكيلي، هو صانع بالأصل يتبع مبادئ الصناعة والإنتاج لجني الأرباح، والفكرة الرئيسية في علاقة الفن التشكيلي بالاستثمار تتمثل في دفع الفنان لتحويل العمل الفني التشكيلي المجرد إلى سلعة مربحة؛ ومن هذا المنطلق يمكن النظر إلى الفن التشكيلي المعاصر كاستثمار لأنه جزء لا يتجزأ من الصناعات الإبداعية التي تحتفظ بقيمتها وغالبا ما تزيد مع مرور الوقت وبالتالي يعبر الاقتصاد عن تلك الصناعات الإبداعية وعن القطاع المساند للثقافة المجتمعية المرتبطة بالمكان والزمان الذي يعيش فيه الفنان كما يهدف هذا الاقتصاد بالأساس إلى استغلال الإبداع لتوليد الثروة وزيادة فرص جني الأرباح من العمل الفني المبتكر[1]

ونستنتج مما ذكر أن الاستثمار في الفن التشكيلي المعاصر يرتكز على فكرة ربط الإنتاج الرأسمالي بالإبداع من أجل تحقيق المزيد من الربح. فالصناعات الفنية الإبداعية في الدول الغربية تعتبر قيمة مضافة للاقتصاد الوطني حيث يتم إنتاج الفن التشكيلي المعاصر وتوزيعه من خلال الوسائطية الرقمية والتي أصبحت تحمل قيمة تجارية عالية عن طريق توسع فكرة الاستثمار في مواقع التجارة الإلكترونية ضمن إطار صناعة الصورة التشكيلية في الفضاء الإلكتروني

[1] Sophie Cras (2013) Art as an Investment and Artistic Shareholding Experiments, University of Chicago Press.p108

ويؤكد على ذلك فولف أن الصورة تعتبر مادة أولية لبناء الإدراك الحسي للصور اللغوية المهيمنة على أشكال الوعي واللاوعي للإنسان المعاصر"[1]

ونعتقد أن الاستثمار في الاقتصاد الإبداعي بالشراكة مع القطاع الخاص المحلي يعتبر من أهم دعائم الاقتصاد الوطني، حيث تساهم تقنية تكنولوجيا المعلومات في مجال الفن التشكيلي المعاصر على زيادة في الإنتاجية والنمو الاقتصادي للبلاد، كما تساهم في تعزيز كل أشكال التعبير الثقافي والتسويق الذاتي حيث يواجه شباب هذا العصر ثورة تكنولوجية متسارعة تساهم في صقل المهارات الذاتية من خلال الانغماس في مواقع الإنترنت والهواتف المحمولة والوسائطية الرقمية ولمواكبة هذا التغير يحتم علينا أن نتصور كيف ينبثق الاقتصاد من الطاقة الإبداعية الكامنة في الفن التشكيلي المعاصر مما يؤدي إلى زيادة الإنتاجية والنمو الاقتصادي العام في المنطقة.

فمع نهايات القرن العشرين شهد العالم تغيرات واسعة على جميع الأصعدة العلمية والاجتماعية والسياسية والتربوية، كل ذلك كان سببا في توسع الرؤية المعاصرة لمفهوم الفن التشكيلي، من فكرة إنتاج اللوحة " التزينية " إلى فكرة الإنتاجية والوظائفية في الفن التشكيلي المعاصر، بالتأكيد كان لذلك أثر واضح في الانتعاش الاقتصادي في الدول المتقدمة، حيث تم اعتبار الاستثمار في الفن التشكيلي واحدة من مفاتيح التنمية المستدامة، من خلال المساهمة في بناء الاقتصاد المحلي مما يجعل هذا الاستثمار يأخذ دور القيمة المضافة للاقتصاد في مجال الأدب والفنون كافة، وعلى خلفية القدرة الابتكارية لهذه الصناعة أصبحت السياسات الاقتصادية في العالم داعمة للإبداع والفن التشكيلي بصورة أكبر"[2].

---

[1] فولف، كريستوف (أنثروبولوجيا التعليم) دار المناهج للنشر، عمان، الاردن،2018 نقله للعربية د.مزفق السقار، دار المناهج،عمان الاردن

[2] Sophie Cras (2013) Art as an Investment and Artistic Shareholding Experiments, University of Chicago Press.p108

ومنذ ما يقرب من عشــرين عاما، كان تحديد مفهوم قطاع صــناعة الفن التشــكيلي موضــع نقاش حول ماهية رأس المال الفكري الإبداعي، وأثره على القطاع الاقتصــادي. وعلى الرغم من توسع مفهوم الصــناعات التشـكيلية مع نهاية القرن الماضــي، إلا أن التطور المســتمر في مجال تكنولوجيا المعلومات والذكاء الصــناعي، قد ساهم في "توسع دائرة هذه الصــناعة لتشـمل كافة محتويات الإبداع الإنساني الذي يتميز بالحرفية والمهارة العالية"، لذلك تم اعتبار الاستثمار في الفن التشــكيلي المعاصــر ســمة من ســمات الفعل الإبداعي الإنتاجي، وهو العنصــر الأساسي المكون لمحتوى الصناعات الاجتماعية المعاصـرة القائمة على هندسة اقتصــاديات المعرفة، في كافة فروع الفنون الجميلة والتصــميم وصــناعة الفن الرقمي[1]

هذا المنعطف في مفهوم مقياس القيمة الاستثمارية للصناعات الفنية يقودنا إلى اعتبار أن القيمة التشـكيلية ذات دلالة على القدرة التسـويقية للسلع الفنية، الا أن تبني رؤية موسـعة للاسـتثمار في صــناعة الفن التشـكيلي المعاصــر، قد يوسـع مفهوم العولمة إلى حد كبير، ليشــمـل كافة المُنتجات التي يمكن أن ترتبط بها القيمة التشــكيلية المضــافة، إلى الحد الذي يكون فيه كل شــيء ذات قيمة فنية ويصـبح المفهوم العام للإبداع مرتبطا بالاقتصــاد الإنتاجي، الذي قد يزيد من حجم الطبقة المبدعة في هذا المجال، مما يزيد من وتوظيف الأفراد الأكثر ابداعاً، هذا يعني ارتفاع الاجور للطبقة المُنتجة للمحتوى الإبداعي مما يؤدي في النهاية إلى زيادة الطلب على الأفراد الأكثر مهارة في انتاج وتســويق وتوزيع المُنتج الفني التشكيلي

[1] https://www.journals.uchicago.edu/doi/abs/10.1086/670682

" فكلما ارتفعت الكفاءة الإبداعية من منطلق إنتاجي، ارتفعت قيمة المخرجات الفنية بالتوازي مع حجم الاستهلاك، وهذا شبيه بميدان الاقتصاد التجاري من حيث ضرورة أن يتوازن مقدار الإنتاج مع جودته وهنا تتضح لنا أهمية الربط بين الاستثمار في صناعة الفن التشكيلي المعاصر وحاجات المجتمع لهذا السبب أن تطوير نوعية المنتج الفني التشكيلي المرتبط بالوسائطية الرقمية الترويجية يعتبر ضرورة بحيث يساهم الفن التشكيلي المعاصر في التنمية الوطنية الشاملة المستدامة وتكون صناعة الفنان المثقف هي محور هذه التنمية، التي تدعم بدورها فكرة الوظائفية في الابتكار والإبداع ونعتقد أن هذه الفرضية تتطلب تفعيل اللامركزية في اتخاذ القرارات بالإضافة إلى إشراك المجتمع المحلي في صنع القرار بهدف تدعيم دور المنتج الإبداعي بالمجتمع المحلي مما يرفع نسبة التقدم والعطاء، بالإضافة إلى رعاية المواهب والمبادرات الإبداعية بين أفراد المجتمع الذين يلعبون دور الريادة في الاقتصاد الإبداعي.

وبالتالي يصبح الاقتصاد الإبداعي هو اقتصاد جمعي قائم على أصحاب الأفكار الإبداعية الخلاقة في المجتمع، كما أن الاقتصاد الإبداعي لا يعتمد على الاستثمار الكمي في إنتاج اللوحات الفنية بل على المهارة الإبداعية في التسويق وطريقة الترويج لها، وبالتالي يمثل الاستثمار بالفن التشكيلي، أحد أهم المجالات في لاقتصاد الإبداعي وذات عائد مالي كبير للدخل الوطني. فضلا على أن الاستثمار في الإبداع، يكمن في القدرة على إيجاد حلول خلاقة تتصف بالتفرد والأصالة لمشكلة مجتمعية ما، أما الابتكار فيعني التميز في تطبيق الأفكار التي تساهم في حل المشكلة وبناء على ذلك يكون "الإبداع في هذا السياق في القدرة على التوصل إلى أفكار تتصف بالتفرد والتميز، بينما الابتكار يجسد الحلول الابتكارية والتي تسمى إبداعا، ولذلك فالإبداع هو القاعدة الأساسية للابتكار التطبيقي للفكرة

التي تتمحور في صناعة المحتوى الرقمي بهدف تسويق الأفكار الإبداعية، فالتسويق شكل من أشكال الفن يتجلى في صياغة أفكار إبداعية في تسويق وتوزيع المنتج الفني التشكيلي، ويعتبر مفهوم" صناعة المحتوى "في وقتنا الحاضر من أكثر المفاهيم ارتباطا بالوسائطية الرقمية والإعلام الرقمي التسويقي، حيث يعتبر بالإمكان إحداث التكامل بين مجموعة من أشكال الوسائل التعليمية، عبر الإمكانات الهائلة التي تقدمها شبكة الإنترنت في مجال صناعة المحتوى ومجال التسويق والترويج والتوزيع، كما يعتبر بالإمكان إحداث التفاعل بين المنتج لهذا المحتوى والمتلقي ضمن نطاق البيئة الرقمية الافتراضية المتاحة للعامة، والتي تعمل على الإثارة البصرية للمنتج الفني التشكيلي" وقد أدى ظهور الواقع الافتراضي والواقع المعزز إلى إحداث توافق تسويقي تشاركي بين الوسائطية وصناعة المحتوى، حيث وفرت هذه البيئة ترسانة رقمية جديدة في مجال التسويق، يمكن الاستفادة منها في الترويج لاسم الفنان المنتج للتصوير المعاصر كما فرضت ثقافة استهلاك المحتوى الرقمي في كافة مجالات مواقع التواصل الاجتماعي. وعلى الرغم من حجم الفوائد المكتسبة من صناعة المحتوى، إلا أن انخفاض مستوى الكفاءة الأكاديمية في التسويق والتوزيع للمنتج الفني التشكيلي ساهم في تراجع قيمة هذا المحتوى في العالم العربي، حيث يلعب التسويق المنهجي الاحترافي للمحتوى دورا بارزا في تحقيق النجاح من خلال:

1. بناء اسم للفنان عن طريق صناعة فيديو تعليمي في مجال الفن التشكيلي المعاصر
2. استقطاب المزيد من المتابعين من خلال الترويج المدعوم لتلك المحاضرات المصورة

3. إعداد محتوى رقمي احترافي عالي الدقة يرفع من مستوى الفنان من مرتبة المختص إلى مرتبة الخبير من خلال طريقة عرض مُنتج المحتوى الفني التشكيلي.
4. تفعيل تقنية الذكاء الاصطناعي لتحويل الحركة المدمجة بالصوت إلى كائنات رقمية متحركة
5. ربط المحتوى المُنتج بالوسائطية الرقمية والبريد الإلكتروني والتطبيقات الخلوية ومحركات البحث العالمية
6. زيادة نسبة تفاعل المحتوى مع الإعلام الرقمي وأجهزة التلفاز الذكية للتعريف بالمُنتج الفني التشكيلي كوسيلة تسويقية معاصرة.

ويساعد إنشاء وصناعة المحتوى على جمع الأفكار الخاصة بتسويق المُنتج الفني التشكيلي وتنظيمها على شكل مادة إعلامية رقمية، تندرج تحت مفهوم الاستثمار في التسويق والتوزيع، وتهدف إلى نقل الرؤية الفنية عن الفن التشكيلي الإبداعي عبر الوسائطية الرقمية. فإنسان القرن الواحد والعشرين يستهلك المحتوى بشراها بهدف الحصول على الأفكار، المعرفة، التسلية، بشكل دوري وعلى مدار الوقت، فضلاً عن أهمية هذا المحتوى بربط الناس بعضها ببعض، وهذا يسمى الاتصال الذاتي الجماعي، وإن تَجمُعهم حول فكرة ما، يُساعد صانع المحتوى في تسويق المُنتج الفني التشكيلي ويُصبح المستهلك هنا جُزءا لا يتجزأ من إستراتيجية صناعة المحتوى، وبمجرد الدخول والتفاعل مع منصة المحتوى الرقمي عبر الوسائطية الرقمية، تكون فكرة تسويق المُنتج الفني التشكيلي في طريقها للنجاح وبالتالي فإن المستهلكين هم الذين يستهلكون المحتوى ويستمتعون به، لكنهم لا يشاركون عادةً في إنشائه أو انتاجه بل هم مشاركون في الترويج والتسويق. ومن هذا المنطلق يمكن للمستهلكين التأثير على صناعة المحتوى من خلال تفضيلاتهم وقرارات الشراء على وسائل التواصل الاجتماعي والتي تعتبر جزءاً مهماً في صناعة

وتسويق المحتوى، ومن خلال تلك الوسائط الرقمية ينتشر المحتوى إلى كل بقاع العالم مما يرفع من شهرة الفنان وعمله.

وفي إطار هذا "التحول في التسويق نحو الرقمنه، توسعت منصات وسائل التواصل الاجتماعي وتطبيقات الأجهزة الخلوية حتى أصبحت ظاهرة، يحتل الشباب الصدارة فيها كمستخدمين متصلين بالإنترنت بشكل دائم، وتتسم هذه المنصات في عرض وتسويق المحتوى التثقيفي المدمج بالوسائط المتعدد (Multimedia) ملتيميديا، مما وفر لشركات الإعلان من استخدام هذا المحتوى في تسويق المنتجات كإحدى قنوات الاستثمار في التسويق عبر الإنترنت، ففي عام 2015 م وصلت عائدات الإعلانات من تلك المنصات في أميركا فقط، نحو (15) مليار دولار. هذا بلا شك يجعلها وسيلة إعلانية تشاركية ندرة للدخل تتبع نطاق الاقتصاد الإبداعي، وبالتالي" أن قيمة وقوة المحتوى مستمدة من المشاركة النشطة، من الذين يدخلون تلك المنصات الرقمية ويتفاعلون مع محتواها بشكل مستمر حتى باتت تحظى بالثقة والمصداقية، لارتباط تلك المنصات بخدمات التقييم والتواصل المباشر (Chat) الدردشة، مع منتج المحتوى ومع المعلقين، فضلا إلى توضيح نوعية المحتوى أن كان مدعوما ماديا كمنتج إعلاني تسويقي أو محتوى تثقيفي مجاني، في النهاية يمتزج هذا المحتوى الفني التشكيلي مع محتوى صفحة المستخدم الآخر المتلقي، ويميل إلى التوافق مع سلوكه حتى يشعر أن هذا المحتوى ينتمي له ويحاكي ما بداخله من أحاسيس وعواطف"[1]

[1] Macon. J. (2016). Political Economy of User Generated Content: A qualitative approach exploring bloggers' brand equity & UGC's commodfication. Unpublished manuscript, Department of Journalism & Media Communication, Colorado State University, Fort Collins, CO.p15-95

الفصل الثالث

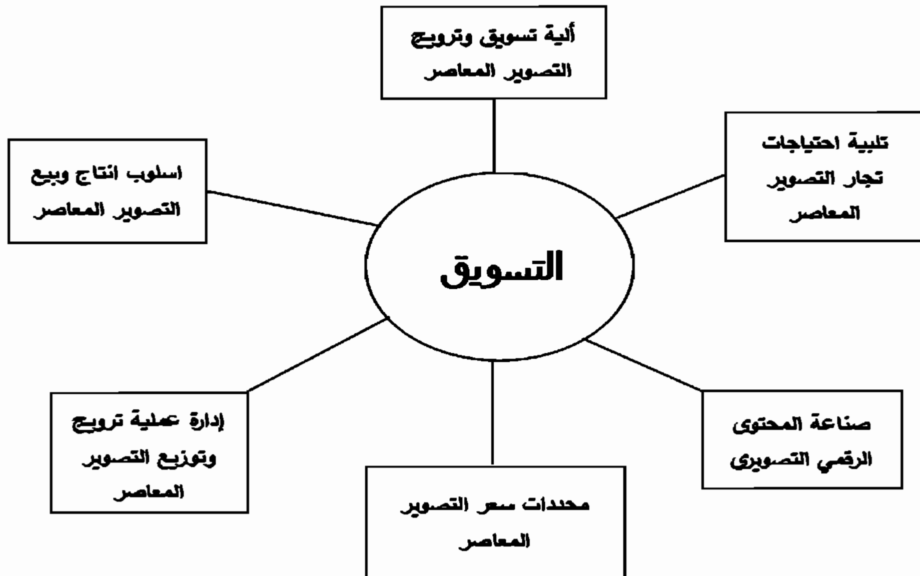
الفن التشكيلي المعاصر والتسويق

تمهيد

يقدم هذا الفصل رؤيا عامة عن آليات تسويق الفن التشكيلي المعاصر من منظور اجتماعي وتجاري ضمن سياق الفضاء السيبراني (cyberspace)، بالإضافة إلى أثر التكنولوجيا على المتلقي وإدارة استراتيجية ترويج وتوزيع الفن التشكيلي المعاصر، المرتبط بصناعة المحتوى والاستثمار بالفن حيث إن التسويق بحد ذاته صناعة إبداعية تستدعي ابتكار طرق وأساليب فنية مثيرة للاهتمام لجذب انتباه الجمهور كما نسلط الضوء في هذا الفصل على آليات استدراج أكبر عدد من الأشخاص للاتصال بالفنانين من خلال شبكة الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، "حيث تتمثل آلية تسويق الفن التشكيلي المعاصر هنا في مطابقة إبداعات الفنانين مع المتلقين المحتملين ضمن إطار الذكاء الاصطناعي والتسلسل التشعبي للرغبات"؛ وفي ضوء ذلك من الضروري إيجاد استراتيجيات غير تقليدية لتسويق الأعمال الفنية التشكيلية، وفي ذات الوقت يجب أن تكون أكثر معاصرة خصوصا مع التوسع المتزايد لوسائل الاتصال والتواصل الاجتماعي "الوسائطية الرقمية" بما في ذلك انتشار التنظيم الافتراضي للمعارض الفنية على شبكة الإنترنت.

الفن التشكيلي المعاصر والتسويق

بعد إجراء مراجعة لموضوع التسويق بشكل عام، وجدنا أن هناك مئات الدراسات والكتب التي بحثت في استراتيجية تحليل وفهم العملاء المستهدفين لاستهلاك المنتج بالإضافة إلى العديد من التعريفات لمفهوم التسويق المرتبط بالتجارة والإعلان ومعظم هذه التعريفات تدور حول مصطلحات إدارة تسويق السلع، واستراتيجية خدمة ورعاية العملاء ولم تتطرق لعلاقة الفن التشكيلي المعاصر بالتسويق الإبداعي. وفي هذا الفصل سنحاول العمل على تضيق المسافة بين المنتج الإبداع والمتلقي، من خلال إسقاط مفاهيم التسويق التجاري التقليدي على تسويق الأعمال التشكيلية المعاصرة باستخدام أدوات التصنيف الظاهرة في الشكل رقم (7)



الشكل (7) يوضح استراتيجيات تسويق الفن التشكيلي المعاصر (من تصميم الكاتب)

والتسويق في هذا الشكل لا يعني الترويج للمنتج الفني التشكيلي، أو إدارة صناعة المحتوى الإبداعي بهدف التسويق فحسب؛ بل بمهارة عرض المُنتج

وإدارته بذكاء رقمي، بحيث يلبي احتياجات العملاء في السوق، ويتتبع رغباتهم. "وتقاس المسافة التي تربط الإبداع بالمتلقي للمنتج الفني التشكيلي من خلال معرفة مقدار النشاط التسويقي للمحتوى الإبداعي على وسائل التواصل الاجتماعي"[1]

وبالتالي ان ألية تعريف المتلقي "المستهلك" بالمُنتج الفني التشكيلي المعاصر، تعتبر احدى وسائل استدراج العملاء القائمة على القدرة التنافسية للفنان، من خلال تفوقه في إدارة وتروج عمله الإبداعي على الوسائط الرقمية. والفنان الذي لا يسعى لتحقيق الوصول إلى محددات تسويقية تهدف إلى نمو النشاط الإبداعي لديه، والربح من هذا الفعل، فأنه يكون قد أضاع فرص الاستدلال على طرق النجاح، التي تصل به إلى مرحلة النضج الإبداعي، والتي تساهم ايضاً في تطور ونمو اسم الفنان في الساحة التشكيلية. لذلك يحرص العديد من فناني الفن التشكيلي المعاصر إلى التواجد المستمر على منصات الوسائطية الرقمية، والبث المباشر للمنتج الإبداعي بغزارة وبشكل مجاني، مما يساهم في هذه الطريقة إلى "تفعيل نظرية التسويق الفيروسي (viral marketing) فايرول ماركتنج أو ما يسمى التسويق الشبكي المعتمد على تشجيع المتلقين على مشاركة المُنتج مع المتابعين ونشره بشكل تشعبي شبكي في الفضاء السيبراني (cyberspace)"[2] بهدف خلق فقاعة دعائية تعمل ضجة حول المُنتج الفني التشكيلي، مع جعل الناس يشاركون اللوحة ويتحدثون عنها دون علمهم بأن هذا المنشور اعلان تسويقي لمنتج إبداعي.

[1] Ahmed.ib,(2016) "Business Value of Facebook: A Multiple Case Study from a Developing Country," Pacific Asia Journal of the Association for Information System, vol. 8, no. 4, pp. 53-68

[2] Stokes, R. (2012). Viral Marketing. In Online Marketing Essentials (3rd ed., Vol. 1.0, pp. 1-99

وعندما يكون تنفيذ العمل الفني التشكيلي ناجحا؛ تزيد شعبية الفنان ليصبح مثيرا للاهتمام من طرف وسائل الإعلام المسموعة والمرئية، حيث إن الحملات الإعلانية الفيروسية تجدها في الغالب مجانية بالأساس وذات صبغة فكاهية أو غرائبية، وتخاطب الأحاسيس والمشاعر. "عادة ما يبدأ الناس في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي عندما يشعرون بالملل فيبحثون عن مقاطع مضحكة طمعا بتغير المزاج أو يبحثون عن المقاطع المثيرة للاهتمام والتي تجيب عن تساؤلات قد تبدو غامضة لديهم، أو عن أفكار إبداعية مرتبطة بإثارة بصرية"

لذلك ضرورة أن يكون لمنتج الفني التشكيلي مؤهلات إنشاء محتوى فيديو مصور ذات صبغة غرائبية متفردة، بالإضافة إلى مجموعة من الأشخاص المساعدين المنغمسين بوسائل التواصل الاجتماعي بهدف تتبع رغبات المستهلكين من ناحية، ومن ناحية أخرى نشر روابط محتوى الفيديو التسويقي الإبداعي المرتبط بالعمل الفني التشكيلي، ومشاركته على منصات التواصل الاجتماعي ومنصات والمنتديات والمواقع الإخبارية ومنصات بيع الأعمال الفنية وكتاب المحتوى التشكيلي في الإعلام، وعلى محركات البحث بصورة عامة، مع البقاء على تواصل مع تجار ومقتني الأعمال الفنية ودور العرض، كل ذلك يساهم في تسويق الفنان وعمله التشكيلي.



الشكل (8) يوضح عمل فني تم تسويقه بطريقة التسويق الفيروسي[1]

ومثال على ما سبق هذا العمل المفاهيمي في الشكل (8)، المثير للجدل للفنان ماوريتسو كاتبلان والذي عرض في ارت بازل/ ميامي/ أميركا، يعتبر من أكثر الأعمال الغرائبية التي انتشرت بشكل فيروسي مؤخرا في العام (2019 م) وتم التحدث عنه بشكل موسع على مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام حتى أشعل حس الفكاهة والتساؤل على مستوى لعالم، وتم بيعه في العام ذاته بمبلغ 120 ألف دولار والعمل الثاني للفنان بانكسي الشكل رقم (14) بعنوان فتاة البالون (Girl with Balloon Painting) والذي اعتمد فيه الفنان أيضا على التسويق الفيروسي الممزوج بالإثارة في تسويق عمله الذي تم عرضه في العام (2018 م). ركز فيه الفنان على الإثارة بدلا من المشاعر مما ساهم في مشاركة العمل بشكل كبير على مواقع الاتصال والتواصل السيبراني تحت شعار "يجب على الفن أن يريح المضطربين وأن يزعج المرتاحين" والشكل رقم (9) يوضح ذلك، بهذه العبارة

[1] https://news.artnet.com/art-world/maurizio-cattelan-banana-explained-1732773

التي أطلقاها بانكسي انتشر العمل كالنار بالهشيم ونجح الفنان في إيصال رسالة للمتلقي والانتشار بشكل فيروسي على مستوى العالم.



الشكل (9) عمل فني للفنان بانكسي تم الترويج له بطريقة التسويق الفيروسي[1]

ويشير أحمد من إندونسيا إلى "أن وسائل التواصل الاجتماعي تعتبر من أشهر قنوات الفضاء السيبراني (cyberspace)، في القرن الواحد والعشرين، حيث يتزايد استخدام الإنترنت يوما بعد يوم بشكل كبير" وبالتالي تلعب الوسائطية الرقمية دورا كبيرا في عمليات التواصل والمشاركة وجمع المعلومات بشكل أسرع من أي وقتا مضى. مما ساعد في انتشار التسويق الفيروسي للمنتج من خلال توفير البيئة الخصبة لسرعة انتشار المحتوى بين المستخدمين، وتوفير المزيد من الفرص للفنانين لتسويق منتجاتهم لأكبر عدد من المستهلكين، وبالتالي يعمل التسويق الفيروسي المعاصر على تلبية احتياجات المستهلكين من خلال النشر والمشاركة المجانية لمحتوى الفن التشكيلي للمهتمين والباحثين عن الإثارة.

1 https://www.linkedin.com/pulse/unintentional-viral-marketing-from-banksy-charbel-nasrany

وبمجرد انتشار تلك الأعمال من خلال زيادة عدد المتابعين وعدد المشاركات والإعجابات تبدأ هنا مرحلة صناعة اسم الفنان وتسويق عملة الإبداعي على مستوى تجاري متكامل من خلال نشر ومشاركة المحتوى الإبداعي، وسميت هذه العملية بالتسويق الفيروسي لأنها أشبه بحركة انتشار الفيروس الحيوي بيم أفراد المجتمع. والناظر إلى الوسائط الرقمية المرتبطة بشبكة الإنترنت، يجد أنها بيئة استثمارية خصبة لتسويق المواهب والمهارات الإبداعية، وبالتالي تتجسد علاقة الفن التشكيلي المعاصر في الاقتصاد الإبداعي ضمن بيئة الوسائطية الرقمية السيبرانية، والتي تعتبر من أهم طرق التسويق الحديث للتصوير المعاصر بشكل تجاري، وفي ذات الوقت قليلة التكلفة ولا تحتاج إلى تجهيزات كبيرة لإنتاج محتوى إبداعي تسويقي مميز، حيث يعتبر كل فرد لديه آليات التسويق السيبراني ويمتلك موهبة إبداعية، له القدرة على تسويق نفسه وعمله الإبداعي عبر جهاز خلوي مربوط بشبكة الإنترنت، كما يمكن له من خلال توفير بعض الوسائط المتعددة البسيطة، أن ينافس كبرى شركات العالم في التسويق.

وفي ظل حجم الأموال التي تصرف على اقتناء الفن التشكيلي المعاصر، من خلال المواقع الإلكترونية المخصصة لبيع الأعمال الفنية داخل شبكة الإنترنت ودور المزادات العالمية، ندرك تماما أن قيمة الفن التشكيلي المعاصر أصبحت قابلة للاستبدال بالمال من خلال القنوات الإلكترونية المتعددة بكل يسر وسهولة مع الحفاظ على حقوق الملكية الحصرية للعمل الفني التشكيلي، هذا مؤشر على أهمية تلك الوسائط الرقمية في تسويق المنتجات التشكيلية، ويشير (Ettenson) ايتنسون "أن التركيز على شريحة العملاء المستهدفين على تلك الوسائط، يعتبر من أساسيات نجاح التسويق القائم على نظرية الاقتصاد الإبداعي، ويضيف" اتنسون

أن سعر المنتج يأخذ دور أقل أهمية بسبب تذبذب حجم الطلب في السوق، لذلك لم يعد مفهوم المنتج الفني التشكيلي ثابتا من ناحية العرض والطلب "

ونعتقد أن التركيز على رسالة ومضمون المنتج الفني التشكيلي واختيار المكان والزمان المناسب لعرض العمل الفني، يلعب دورا فاعلا في تسويق الفن التشكيلي المعاصر، كما لا يجب التركيز على كمية المعروضات، بقدر أهمية فهم طبيعة السوق وأذواق المستهلكين، لذلك إن الانسجام بين استراتيجية العرض والطلب وفكرة العمل الفني التشكيلي الإبداعي المثيرة للدهشة وفي ذات الوقت يطرح تسائل أمرا في غاية الأهمية في حقل التسويق الرقمي المعاصر، ويساهم في زيادة حجم الأرباح المدخلة من منتجات الفن التشكيلي المعاصر، لهذا السبب أن قيمة المنتجات التشكيلية المعاصرة لا يمكن أن تحقق أرباح مالية إلا عند نقطة الاستهلاك النوعي المرتبط بالتسويق الإبداعي ولا يمكن للفنان منتج العمل الفني التشكيلي، أو صانع محتوى الفيديو الرقمي تجاهل آليات التسويق المعاصر التي تعتبر امتدادا لمفهوم العملية الإبداعية المعاصرة.

ويؤكد (Ahmed) أحمد من أندونيسيا، في دراسة لحالات متعددة من دول نامية حول العالم، "أن هناك قيمة تجارية للوسائطية الرقمية الخاصة بوسائل التواصل الاجتماعي بكل أشكالها حيث أثبت أن" الإعلام الوسائطي "له فاعلية عالية في زيادة تسويق المنتجات الفنية دون التقيد بزمان ومكان عرض العمل، كما ساهم تسويق الفن التشكيلي المعاصر من خلال صناعة المحتوى ومشاركته على منصات وسائل التواصل الاجتماعي الرقمية، إلى تقوية العلاقة مع المتلقي بحيث يساهم المستهلك عن طريق مشاركة المحتوى في الترويج للمنتج الفن التشكيلي الإبداعي بطريقة غير مباشرة"، وبالتالي يقدم نموذجا جديدا للتسويق المعاصر في

عالم يعتمد فيه المستهلكون بشكل متزايد على الوسائطية الإعلامية في التسوق عبر شبكة الإنترنت.

وهذا ما يتفق مع رأي (F Awolusi) أولسي، على "أن الوسائطية الرقمية وسيلة مهمة وذات فاعلية عالية في التسويق والترويج الإعلامي للمنتجات الإبداعية، كما أن عملية تسويق المنتج لا تتطلب تكاليف مادية كبيرة بالمقارنة مع الأساليب القديمة في الترويج والتوزيع، حيث يمكن متابعة حجم الزيادة في المبيعات لاحقا". ومن هذا المنطلق نستنتج على أن التسويق الحديث للتصوير المعاصر يجب أن يرتكز حول استخدام أساليب وسائطية معاصرة، وطرق حديثة لتحديد نطاق المستهلكين للفعل الإبداعي، مع الاهتمام في صناعة محتوى تصويري مؤثر "ستريمرز"(streamers). ويعني هذا المصطلح "البث المباشر أثناء عملية إنتاج العمل الفني التشكيلي ومشاركة هذا البث على وسائل التواصل الاجتماعي، ليتم بعد ذلك توزيع هذا المنتج الرقمي عبر الوسائطية الرقمية ومحركات البحث من خلال مشاركة المستهلكين لهذا المحتوى" هذه الطريقة تمكن الفنان من تسويق نفسه في البداية وعمله التشكيلي لاحقا بمهارة وحرفية عالية، وفي ذات السياق كشفت الهواتف الذكية وأجهزة الكمبيوتر والتطبيقات الرقمية الحديثة والمنصات التي تم إنشاؤها على شبكة الإنترنت، طرق جديدة للتسويق والاستهلاك مثل منصة (Twitch) تويتش، وهي منصة وسائط اجتماعية للبث المباشر، يزيد عدد "ستريمرز"(البث المباشر للبيانات) فيها عن (2.2) مليون منشئ محتوى نشط يوميا ويزورها ما يزيد عن (15) مليون شخص يوميا ويتابعها أكثر من (100) مليون مشاهد شهريا حيث تسمح هذه المنصة للمستخدمين ببث مقاطع الفيديو مباشرة ويشاهدها المتابعون في جميع أنحاء العالم، كما تمكن هذه المنصة الفنانين سهولة إنشاء جلسات البث المباشر

المجانية في تعليم الفن التشكيلي على تلك الوسائط، والتفاعل والدردشة المباشرة مع المشـــاهـدين والمتـابعين لهـذه الـدروس، وبـالتـالي تعزز هـذه التقنيـة مهـارات التســويق المعاصــر لدى الفنانين، كما تســاهم في اكتشــاف المحتوى الإبداعي واستهلاكه ومشاركته عبر الوسائطية الرقمية بطريقة غير مباشرة.

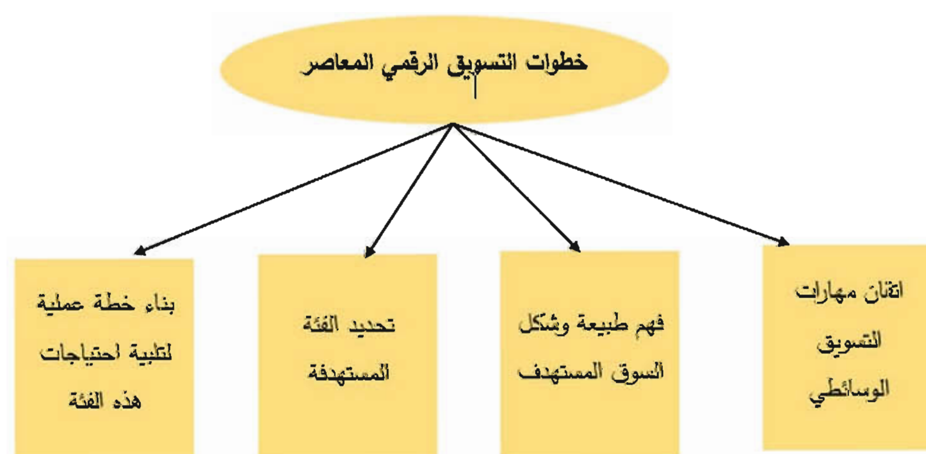
بالإضــافة إلى مســاهمة منصــات مواقع البث المباشــر المختلفة في إطلاق العديد من المبادرات واكتشــاف المواهب الكامنة بين أفراد المجتمع، فضــلا على أنها أصبحت نافذة للتعبير الحر لكل منتج للمحتوى الإبداعي الرقمي على مستوى العالم، كما وفرت كثيرا من مواقع الإنترنت المجانية خدمات إنشـاء موقع إلكتروني يساعد في إنشاء محتوى إبداعي على شبكة إنترنت، بهدف التسويق والترويج للمنتج التشــكيلي، عبر توفير المســاحات الإعلانية المجانية لهذا العمل "وفي حال تمت ترقية صــناعة المحتوى بتقنية (V R- A. R) الواقع الافتراضــي والواقع المعزز ســتعمـل على توســيع قاعدة العملاء بحيث تجعـل المســتهلكين لهذا المحتوى متعلقين ومتابعين لكل عمل فني تصــويري جديد من طرف الفنان، كما أن تفعيل ميزة المشاركة عبر الوسائطية الرقمية تعزز التنافسية بين الفنانين وتزيد من حجم الطبقة المبدعة في المجتمع"

ومع دخول تقنية الذكاء الاصــطناعي إلى عالم صــناعة المحتوى الإبداعي توســعت مســاحة تســويق الفنان لعمله الفن التشــكيلي عبر المعارض الإلكترونية والمتاحف الافتراضــية، هذه المعارض والملتقيات الإلكترونية ســاهمت أيضــا في انغماس الجمهور بالعمل الفني التشــكيلي من خلال مشــاركة هذه المنتجات مع الآخرين بطرق مثيرة للاهتمام حيث جسدت مفهوم التسويق الفيروسي، وساعدت في جذب تجار وســماســرة الأعمال الفنية للاســتثمار في تلك المنتجات التشــكيلية عبر مواقع التجارة الإلكترونية.

وعلى الرغم من تحديد المجتمع سعرا للأعمال الفنية قي كثيرا من الأحيان إلا أن القيمة الحقيقية للمنتج الفني التشكيلي، غالبا ما يحددها مهارة الفنان في تسويق نفسه في البداية عبر وسائل التواصل الاجتماعي والإعلام الرقمي ويشير (Jeff T .) جيف. "إن تلك الوسائط ساهمت في انتشار تقنية الكائنات الافتراضية مع بداية القرن الواحد والعشرين، كمحتوى ترفيهي إعلامي بين طبقة المشاهير عن طريق تفعيل تقنية الذكاء الاصطناعي، التي تعمل على تحويل الحركة المدمجة بالصوت إلى كائنات رقمية متحركة، لإضفاء الطابع الإنساني على الذكاء الاصطناعي، وبناء عقل رقمي يمكن استخدامه كمنصة لإحياء الكائنات الرقمية وبالتالي يتم توزيع هذه الكائنات في أي مكان وزمان، عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي، والبريد الإلكتروني ومحركات البحث والمدونات والرسائل النصية دون الحاجة إلى تنزيل التطبيقات المتعارف عليها"، "كما يمكن إدخال هذه الكائنات الرقمية على أجهزة التلفاز الذكية بهدف زيادة نسبة التفاعل مع المستهلكين والتسويق للسلع وبقوة الذكاء الاصطناعي ستكون هذه الكائنات قادرة على تقييم تفاعل البشر بسرعة والرد عليهم بطرق متعددة"

ويشمل التسويق الرقمي العديد من الوسائط والتقنيات مثل محركات البحث والتسويق من خلال الإعلانات الممولة على سائل التواصل الاجتماعي والبريد الإلكتروني، ويتميز التسويق الرقمي المعاصر بالتحديث المستمر والتكيف مع أحدث التطورات التقنية واحتياجات السوق، وبالتالي من الأهمية أن يكون الفنان حاضرا على شبكة الإنترنت ويستخدم التسويق الرقمي بحرفية ومهارة عالية للوصول إلى أكبر شريحة من الجمهور، حيث تعتبر الوسائطية الرقمية المكان الأكثر فاعلية للتواصل مع الجمهور المتلقي

لذلك تعتبر الخطوة الأولى في التسويق الرقمي المعاصر، هي إتقان مهارة التسويق الوسائطي من خلال العمل على تعلم مهارات إنشاء وبث المحتوى الإبداعي المصور وتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي والواقع المعزز في البداية، وتأتي الخطوة الثانية إتقان مهارات التسويق الرقمي والفيروسي، بالإضافة إلى أن فهم طبيعة وشكل السوق المستهدف وتحديد الفئة المستهدفة تعتبر من أساسيات نجاح تسويق المنتج، بعد ذلك تأتي مرحلة بناء خطة عملية لصناعة الاحتياجات ومن ثم تلبية احتياجات هذه الفئة على وجه الخصوص، وبالتالي أن تسويق منتج الفن التشكيلي عبر التقنيات الرقمية، يتطلب الدراية الكاملة بطرق ترويج هذا المنتج عبر وسائل التواصل الاجتماعي الوسائطية الرقمية، ومواقع الويب، والبريد الإلكتروني، ومحركات البحث، وتطبيقات الأجهزة المحمولة المتنوعة.



الشكل (10) يوضح آلية ومراحل تسويق الفن التشكيلي المعاصر عبر التكنولوجيا الرقمية (من تصميم الكاتب)

لهذا السبب أن اتقان مهارات التسويق الرقمي (digital marketing) ديجتل ماركتينج يعتبر شكل من اشكال التسويق المعاصر قليل التكلفة، وفي ذات

الوقت مدر للدخل بفضل سهولة دخول غالبية شباب العالم إلى تلك المنصات الرقمية، كما تتيح شبكة الإنترنت سهولة الوصول للمنتج والتسويق والتفاعل مع الفئة المستهدفة، هذا يحتم على الفنانين فهم كيفية عمل منصات وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة، فيسبوك، لنكدن، انستغرام، يوتيوب، تويتر (Instagram>LinkedIn.Facebook Twitter. YouTube)، وطريقة إنشاء وكتابة الإعلان الترويجي للمنتج الفن التشكيلي وطريقة الرد على مراسلات صفحة التسويق الوسائطي، حيث تعتبر أدوات التسويق الرقمي مفاتيح الاقتصاد الإبداعي وفضاء مشرقا للمعاملات التجارية المقنعة للمستهلكين على مستوى العالم دون التقيد بالمكان والزمان، لذلك أن عدم اتقان مهارات التسويق الرقمية سيضعف فرصة تسويق المُنتج الفني التشكيلي.

ومن هنا تأتي أهمية ربط الذكاء الاصطناعي مع التسويق، حيث تلعب تقنية الذكاء الاصطناعي دورا في جمع وتحليل البيانات عن طبيعة السوق والمستهلكين ويقدم رؤى عن سلوكيات العملاء وفهم الكثير عن المستهلكين للتصوير المعاصر، وكيفية استهداف الشريحة المعنية بتتبع عملاء صالات العرض والمزادات العالمية والمشاهير من الفنانين التشكيليين على وجه الخصوص وبالتالي يجمع الذكاء الاصطناعي بين القدرة العالية في جمع البيانات الخاصة وقراءة اهتمامات العملاء كما يوفر المادة الخام للتسويق الرقمي على مواقع وسائل التواصل الاجتماعي المتعددة، مما يدفع إلى تحقيق مزيد من النتائج في تسويق الفن التشكيلي المعاصر بكلفة أقل، كما أن قدرة الذكاء الاصطناعي في التعامل مع كمية البيانات الخاصة بالعملاء واهتماماتهم وطبيعة السوق وربط العلاقات فيما بينها قد منح الفنانين وتجار الأعمال الفنية قدرة عالية على التنبؤ في حركة العرض والطلب، واتخاذ قرارات تكون أقرب إلى الصواب لأنها تعتمد على تلك البيانات

المفصلة عن السلوكيات الخاصة بالعملاء المستهدفين، وبذلك تزيد الإنتاجية مع زيادة كمية المشاركات للمنتج الفن التشكيلي الإبداعي الذي يساهم في المزيد من النمو في حجم التسويق مقابل نسبة خسائر أقل."[1]

[1] Russell S, Norvig P (2020) Artifcial intelligence: a modern approach, 4th edn. Pearson p27-39

الفن التشكيلي المعاصر وصناعة المحتوى

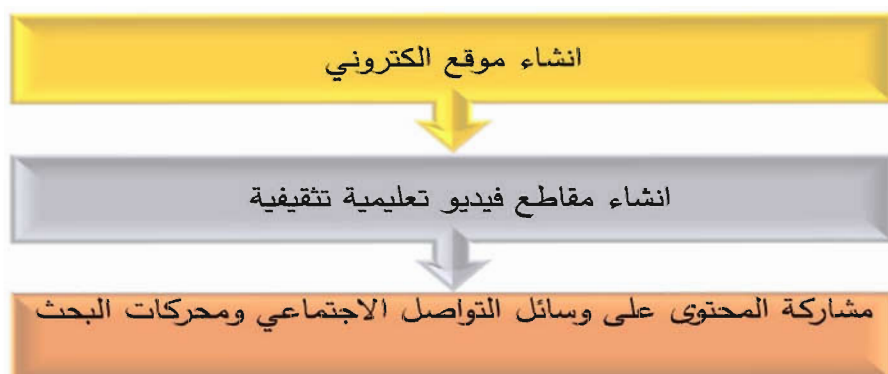
تكمن معالم التكنولوجيا المعاصرة في القرن الواحد والعشرين في طبيعة العلاقة الافتراضية بين المنتج والمستهلك من جهة، وبين العلم والفن من جهة أخرى، وبالتالي ترتبط صناعة المحتوى بالفن التشكيلي المعاصر من خلال أشكال عمليات التسويق الرقمي في الفضاء السيبراني، وتهدف هذه الآلية بالأساس إلى تعزيز الاندماج الاجتماعي وزيادة فرص العمل بين أفراد المجتمع، مما يساهم في دفع عجلة التنمية البشرية وخلق النمو الاقتصادي قي البلاد. كما يعزز تسويق المحتوى مفهوم الفن التشكيلي المعاصر من خلال توفير مساحة سيبرانية جذابة للمستهلكين، حيث تعتبر صناعة المحتوى المادة الخام لعمليات ترويج الأصول الإبداعية[1]

لهذا السبب يعتبر من الضروري تعلم مهارات صياغة وتأليف محتوى مقنع مثير للمستهلكين يحتوي على كلمات مفتاحية في النص الإعلاني المكتوب أو الفيديو، حيث إن إنشاء محتوى مقنعا يعتبر جزءا مهما في العملية التسويقية للمنتج، وأن عملية اختيار كلمات مفتاحية للمنتج تبدأ من معرفة شريحة الجمهور المستهدف، والعمل على التواصل مع المستهلكين المحتملين من خلال رسائل موجه مرتبطة بالذكاء الاصطناعي التي توفرها شبكات التواصل الاجتماعي، تعتبر هذه إحدى ركائز التسويق الإلكتروني، ومن هذا المنطلق إن تعلم مهارات كتابة وإنشاء المحتوى الرقمي أصبحت من المهارات التي ينبغي أن يتمتع بها الفنان التشكيلي الناجح. وحين نتحدث عن الكتابة والتأليف، فأننا لا نقصد القدرة على إنتاج مقالات ومنشورات لصفحات التواصل الاجتماعي وحسب، بل نقصد أيضا

[1] Jefferson, S., and Tanton, S.; (2015). Valuable Content Marketing: How to Create Quality Content is your key to success. Kogan Page Publishers.p12-45

التواصل مع الجمهور المستهدف باستخدام رسائل مباشرة وموجهة للمستهلكين بالإضافة إلى الاتصال التلفوني المباشر، فمهما كان المحتوى قيما وذات جودة عالية، وموجها بدقة إلى الجمهور المستهدف فلا فائدة منه إن لم يقرأه أحد. لذلك من الضروري أن نعرف كيف نختار الكلمات المفتاحية للمنتج وكيف ندمجها في صياغة الجملة الابتدائية للمحتوى حتى نجعله مرئيا في محركات البحث على شبكة الإنترنت"[1]

ويضيف (Jefferson). جيفرسون " على الرغم من أن صناعة المحتوى يمكن أن تتخذ أشكالا عديدة من الفيديو إلى منشورات الوسائطية الرقمية "وسائل التواصل الاجتماعي"، إلى رسائل البريد الإلكتروني التي تحتوي على روابط المتاحف الافتراضية للأعمال التشكيلية، إلا أن الفنان الناجح في ترويج المحتوى الرقمي هو الذي يعرف كيف يستفيد من هذه الوسائط ويسخرها في حملاته التسويقية من خلال الخطوات الأساسية التالية.



لا شك في أن مرحلة إنشاء موقع إلكتروني يحتوي على الأعمال التشكيلية للفنان تعتبر خطوة مهمة للإعلان عن الأصول الإبداعية في العالم الرقمي، حيث

[1] Jefferson, S., and Tanton, S.; (2015). Valuable Content Marketing: How to Create Quality Content is your key to success. Kogan Page Publishers.p32-45

يساعد الموقع الإلكتروني أو المدونة على بناء جسور الثقة بين المنتج والمستهلك بالإضافة إلى اعتبار الموقع الإلكتروني مساحة بيضاء لكتابة محتوى فني تثقيفي ويساهم في نشر وترويج السيرة الذاتية وصناعة الاسم، فعندما يقرر المستهلك شراء لوحة تصويرية يكون قراره مبنيا على سمعة وشهرة اسم الفنان بالدرجة الأولى لذلك أن الجمهور وتجار الأعمال الفنية يريدون أن يعرفوا من هو هذا الفنان التشكيلي؟ وما الذي ألهمه لإنشاء هذا العمل الفني التشكيلي، وكيف قام في تشكيله، وما هي مشاريعه المستقبلية التي سيعمل عليها بعد ذلك.

ونعتقد أن الجمهور والإعلام يحب أن ينغمس في سماع القصص ويشاهد الأحداث الملحمية ويتتبع المشاهير، لذلك يجب ألا نحرم الجمهور من استدرار هذه الإثارة فالتسويق الاحترافي للتصوير المعاصر يبدأ من رواية القصص التي تحمل مضمونا معاصرا عبر وسائط متعددة من أشكال الترويج لاسم الفنان، وغالبا ما يكون من خلال العمل على صياغة مرئيات مقطع فيديو تفاعلي يساهم في جذب جمهور وسائل التواصل الاجتماعي، لذلك يجب العناية التامة في عملية إخراج مقاطع مصورة بحرفية ومهارة تقنية عالية، بعد ذلك تأتي مرحلة نشر ومشاركة هذا المحتوى المكتوب والمصور في الفضاء السيبراني (cyberspace). ومن هذا المنطلق أن المحتوى لكي يكون ناجحا فنيا يجب أن يكون ناجحا تجاريا أيضا مع الأخذ بعين الاعتبار النقاط التالية:

1. على الفنان تحديد الهدف من صناعة المحتوى والغاية من تسويق المُنتج بشكل تجاري وليس للمتعة وجني عدد من المشاهدات والاعجاب فحسب.
2. أن يكون لهذا المحتوى إيرادات في المستقبل وعائد استثماري بناءً على الكفاءة الإبداعية في العرض والترويج.

3. يجب أن يكون الهدف من إنشاء المحتوى هو تقديم حلول لمشكلة تتعلق في تعليم اشكال الفن التشكيلي وتقنيات معاصرة بهدف بناء الثقة مع المتلقي والابتعاد في البداية عن الإعلان والترويج لمنتجات الفنان.
4. وضع ميزانية لصناعة المحتوى تتوافق مع برنامج زمني يستند على معطيات حاجة الجمهور وتساؤلاته مع فتح باب التعليقات ومقترحات الإجابة عن تساؤلات الجمهور والذين سيصبحون في المستقبل عملاء أو مسوقين للمحتوى الذي انتجه الفنان.
5. وضع استراتيجية لقياس وتقويم المحتوى مرتبط بالأساس الأول وهو الهدف والغاية من صناعة المحتوى بالإضافة إلى إجمالي عدد الزيارات أو المشاركات والتي تثبت أن حملة تسويق المحتوى أدت إلى تحقيق نتائج عملية على ارض الواقع.
6. العمل على ربط المحتوى "بالوسائطية الرقمية " وسائل التواصل الاجتماعي المتعددة بالإضافة إلى الترويج الإعلامي على محركات البحث ومواقع الويب الخاصة بالفن التشكيلي وبالتالي زيادة التفاعل مع المحتوى الإبداعي.

لذلك يجب أن يحمل المحتوى رسالة تتجاوز فكرة الترويج لمنتجات الفن التشكيلي المعاصر ويكون المضمون قائما على التثقيف والتعليم ونشر الفائدة المجانية لجمهور الوسائطية الرقمية بهدف كسب الثقة وجذب الانتباه نحو منتجات الفنان التشكيلية، فمن خلال تثقيف المتلقي تتم عملية نشر ومشاركة المحتوى والترويج غير مباشر لاسم الفنان فيصبح المتلقي للخدمة المجانية مشارك في تسويق أعمال الفنان التشكيلية، وعلى هذا النهج يتم تسليط الضوء على إبداعات الفنان من خلال نشر ومشاركة مقاطع الفيديو المصورة، لذلك أن التواجد

المستمر على منصات وسائل التواصل الاجتماعي يساهم في تسويق هوية الفنان الفنية ويسهل الوصول إليه.

وفي ذات السياق يجب أن يهدف المحتوى إلى توصيل قصة إنشاء العمل الفني التشكيلي، بحيث تكون أحداث القصة ذات مغزى مثير للاهتمام، فالمتلقي لا يساهم في نشر وتسويق المحتوى الفني لأجل جمال المنتج أو مهارة إتقان صناعة المحتوى؛ بل بسبب طريقة الصياغة، بمعنى الفقاعة التي تصنعها قصة إنشاء المحتوى هي الأهم بالنسبة لجمهور الوسائط الرقمية.

ومع دخول تقنية الحوسبة الجمالية (Metaverse) "الميتافيرس" إلى تلك الوسائط، توسع مفهوم صناعة المحتوى لدى الفنان التشكيلي، ليشمل الذكاء الاصطناعي والفن التشكيلي السيبراني والواقع الافتراضي ضمن فضاء شبكة الإنترنت وموقع جوجل (google) ومايكروسفت، بهذه الطريقة تعمل هذه التكنولوجيا على دراسة السلوك الإنساني، وآلية الإدراك في البيئة الافتراضية، مما يساهم في تغير شكل تفاعل المتلقي مع المحتوى الإبداعي، مع بداية عام 2020 م شهد العالم جائحة كورونا قصصي؛ مع الأخذ بعين الاعتبار تعزيز صفة الانغماس بالتواجد الافتراضي كما لو أنه موجود بالحقيقة "[1]

لذلك يمكن تعريف منصة الميتافيرس (Metaverse) انها عبارة عن شبكة اجتماعية رقمية يتم فيها دمج الواقع المادي المعزز بالواقع الافتراضي (VR +AR) ليصبح واقع ممتد (XR) ثلاثي الابعاد، تتم فيه صناعة محتوى قصصي اعلاني؛ يشمل اغلب العمليات الاجتماعية والاقتصادية الواسعة النطاق، وبذلك يمكن اعتبار منصة الميتافيرس ضمن شبكة وسائط صناعة المحتوى التعبيري المفتوح على العالم والذي ينقلنا بسلاسة من الوسائط الاجتماعية التقليدية إلى

[1] Shin Yuri,. 2021. Research on the discourse characteristics of Metaverse- Focusing on "ZEPETO" used by the digital indigenous generation, collection of papers presented at the conference of the Society of Discourse and Cognitive Language. pp.233~238

وسائل سيبرانية معاصرة، توفر فرص استثمارية للمبدعين عن طريق تسويق لوحاتهم التشكيلية، ويؤكد جيل مارتن[1] "أن لتقنية الواقع الافتراضي والمعزز ميزة متخصصة مثيرة للدهشة من خلال محاكاة الفن التشكيلي المعاصر بشكل أقرب إلى الواقع في المتاحف الافتراضية، وبالتالي أن اتقان مهارات التسويق عبر الوسائطية الرقمية تبدأ من فهم السوق المستهدف"، وهذه مرحلة مهمة لأنها ستحدد لاحقاً ألية التعامل مع حملة الترويج للمنتج الفن التشكيلي وبمجرد تم تحديد طبيعة وشكل السوق المستهدف، يمكننا بعد ذلك تصميم وبناء خطة تسويقه فعالة للفنان ولعملة الفن التشكيلي بهدف تلبية احتياجات العملاء المستهلكين على وجه التحديد.

وعلى الرغم من أن نظام الشبكة السيبرانية قائم على الإيكولوجيا المحاكية للعالم الحقيقي بالأساس، الا أن دور هذه الشبكة تكاملي مع البيئات الرقمية المختلفة، ويشير مارك زوكربيرج مؤسس شركة فيسبوك، أن مشروع الميتافيرس لم يتم إنشاؤه من طرف شركة واحده، ولكن يشترك في صياغته مجموعة من صُناع المحتوى الرقمي مثل جوجل ومايكروسوفت، وهذه بدوره سيساهم في توسع مساحة الاقتصاد الإبداعي في المجتمع، وبالتالي "أن تطوير التقنيات الوسائطية يعزز الفرص الإبداعية في عالم التجارة والتسويق الإعلاني بين الفنانين مع القدرة على برمجة وحماية حقوق الملكية الفكرية، لذلك يعتبر الميتافيرس تحولاً في نموذج الوسائطية السيبرانية، ونافذة تسويقه لغالبية المستخدمين لتلك الوسائط الذين ينتجون المحتوى الإبداعي "[2]

---

[1] جيل، مارتن (2016). مواقع التواصل الاجتماعي: أدوات التغيير العصرية عبر الانترنت ص21-45

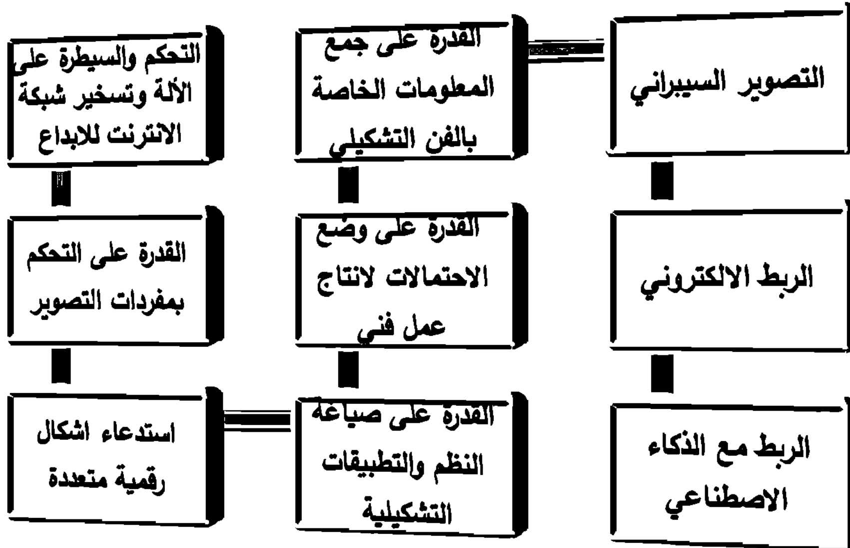
[2] Shin Yuri,. 2021. Research on the discourse characteristics of Metaverse- Focusing on "ZEPETO" used by the digital indigenous generation, collection of papers presented at the conference of the Society of Discourse and Cognitive Language. pp.233~238

الفن التشكيلي السيبراني والاستثمار

لقد غير الفضاء الإلكتروني الطريقة التقليدية التي يمكن بها إنتاج التصوير التشكيلي المعاصر من خلال العمل على تقنية "التصوير التشكيلي السيبراني (cyberpatient)"، والذي يقصد به "إنشاء لوحات تشكيلية تستند إلى قواعد التصميم باستخدام وسائط إلكترونية متعددة، يتم برمجتها لإنتاج عدد كبير من الأعمال التصويرية التشكيلية ونقلها عبر العالم الافتراضي داخل شبكة الإنترنت لاختصار الوقت والتكلفة"، ويعتبر فن البرامج السيبرانية (البيو ارت أو السبورغ ارت) من الفنون التشكيلية البرامجية (سوفت وير)، ويقام له معارض دولية مثل مهرجان بوسطن (سايبر أرت) والذي يقام كل عامين في مدينة بوسطن الأمريكية حيث يوفر أكبر صالة عرض للتصوير الرقمي السيبراني تزداد قيمة هذه الشبكة يوما بعد يوم من خلال السماح للغير بنشر إبداعاتهم مقابل تغذيتها بالبيانات الخاصة بهم، ليتم بعد ذلك تقديمها للأشخاص الذين يبحثون عن تلك البيانات، ليتم تحويلها بعد ذلك إلى قوالب تلتصق بعضها ببعض في الفضاء السيبراني (cyberspace)، فهذه هي السمة الوظيفية لآلية عمل شبكة الإنترنت، التي تمكننا من ابتكار طرق جديد في التسويق بالإضافة إلى اكتشاف عملاء جدد عن طريق البحث في بيانات الشبكة، لبناء قاعدة تسويقية للأعمال الإبداعية بكل يسر وسهولة؛ ويساهم الفنان في زيادة قيمة بيانات الشبكة عن طريق إنتاج محتوى تعليمي مسجل كمنتج ثانوي يتم تحميلة على وسائل التواصل الاجتماعي المتعددة بالإضافة إلى اليوتيوب.

حيث تعتبر هذه الوسيلة احدى وسائل صناعة القيمة لأعمال الفنان التشكيلية من المُنتج الثانوي، وبالتالي يتم تطبيق عناصر بناء العمل الفني التشكيلي في عملية انتاج الفن التشكيلي الرقمي باستخدام أجهزة الكمبيوتر ضمن

إطار الفضاء السيبراني (cyberspace)" شبكة الاتصالات والإنترنت" مع القدرة على انتاج عدد لا محدود من اللوحات التشكيلية بأشكال متعددة بمساعدة أجهزة وبرامج الكمبيوتر وقاعدة بيانات الاحتمالات التشعبية في الفضاء السيبراني والتي ترتبط عادةً بالمفاهيم الأساسية التالية في الشكل رقم (11)



الشكل رقم (11) يوضح المبادئ الأساسية لفضاء الفن التشكيلي السيبراني

س: ما هو الفرق بين التصوير التشكيلي السيبراني. وفن التصوير التشكيلي الرقمي وهل يمكن اعتبار التصوير التشكيلي السيبراني شكل من اشكال الفن التشكيلي المعاصر؟

يتلخص مفهوم التصوير التشكيلي الرقمي بمعنى اللوحات التشكيلية التي لها أساس خوارزمي من تسلسل الأرقام التشعبية داخل الأجهزة المحوسبة، حيث يتم إنتاج اللوحات التشكيلية بناء على مجموعة من الأوامر داخل البرامج والتطبيقات المحوسبة غير المرتبطة بشبكة الإنترنت مثل برامج الفوتوشوب

والتي تتحكم وتسهل إنتاج الشكل التشكيلي الرقمي، ويكون أصل بناء هذا العمل عبارة عن مجموعة من الأرقام داخل أجهزة الحاسوب تتم صياغتها حسب الأوامر المدخلة، ويسمى هذا بفن الكمبيوتر، أو الفن المتصل بالأجهزة المحوسبة رقميا ويمكن تسمية اللوحات التي ينتجها الفنان باستخدام تلك التطبيقات والبرامج الفنية المحوسبة رقميا ب "التصوير التشكيلي الرقمي" ويشير التصوير التشكيلي الرقمي عموما إلى شكل فني رقمي أو عملية إنشاء عمل فني ذات قيمة جمالية حاسوبية تستخدم "الوسائط الرقمية" غير المتصلة بشبكة الإنترنت كمنصة لإنشاء إبداعات من خلال استخدام التكنولوجيا الرقمية، وتشمل على وجه التحديد: التصوير التشكيلي الرقمي في الرسوم التوضيحية وفن البوستر والإعلان والتصميم الفني والرسوم المتحركة ثنائية الأبعاد وثلاثية الأبعاد.

أما التصوير التشكيلي المرتبط بأجهزة الكمبيوتر والمتصل بشبكة الإنترنت والصادر من فنان مبدع يقع على عاتقه إنشاء العمل الفني يمكن تسميته تصوير تشكيلي سيبراني معاصر، لأنه اعتمد على مستقبلات البيانات الرقمية من تلك الشبكة، وفي ذات الوقت وثق مرحلة تاريخية مرتبطة بتطور الحياة المعاصرة ويؤكد على ذلك (Pygoya) باجيو أن التصوير التشكيلي السيبراني اشبه برحلة بحرية إلى المحيط مثيرة للدهشة، فمن خلال اختراق تكنولوجيا الاتصالات السلكية واللاسلكية فضاء شبكة الإنترنت يمكن اعتبار التصوير التشكيلي السيبراني (Cyberart) فنا يمكن تجربته عالميا ومن مواقع مختلفة في نفس الوقت وبكلفة محدودة، وليس بالضرورة أن يكون هذا المنتج صادرا من تطبيقات الأجهزة المحوسبة، لأن من يمثل هذا الفن هي سلطة الإنسان على الآلة وتسخير شبكة الإنترنت للقدرة البشرية المبدعة. وبالتالي أن ربط التصوير التشكيلي

الرقمي بشبكة الإنترنت يسمى تصوير سيبراني أيضاً " ، والشكل رقم (12) مثال على ذلك



الشكل (12) تصوير سيبراني رقمي للفنان العالمي Rodney Chang رودني تشانغ .[1]

وأن علاقة التصوير التشكيلي السيبراني بالاقتصاد الإبداعي تعتبر شكل من اشكال الاستثمار في الافكار والمهارات الإبداعية الموجودة على وسائل التواصل الاجتماعي ، عبر ربطه بمنصات المزادات العالمية الإلكترونية والتي تحفظ حقوق الملكية الفكرية الحصرية للفنان ، ومثال على ذلك منصة (NFTs) أن اف تي اس للمزادات على شبكة الإنترنت ، حيث تحتوي هذه المنصة على ملفات رقمية مشفرة تتصف بالخصوصية ، مما يزيد من القدرة على ممارسة وتنفيذ العمليات التجارية والاستثمار في منتجات التصوير التشكيلي السيبراني مع ضمان حماية الملكية الحصرية للمنتج التصويري ، بمعنى أن هذا الملف الرقمي يتصف بالتفرد الغير مكرر مثل بصمة الاصبع ، ولا يمكن تداوله بسهولة مع اي شيء آخر هذا الملف قد يكون تصوير تشكيلي يمكن تحميلة على شبكة الإنترنت ويأخذ رقم تسلسلي على منصة (NFTs) ، وبمجرد تحويل هذا الملف إلى الصيغة الرقمية

[1] Cyber Painting by Robson Clecio | Saatchi Art

ضمن الفضاء السيبراني يصبح هذا الملف قابل للبيع والشراء على الشبكة العنكبوتية، ويدخل المزادات العالمية مع الحفاظ على حقوق الملكية.

ومن هذا المنطلق توفر هذه التقنية التشكيلية فرص اقتصادية للمبدعين لتسويق اعمالهم التشكيلية على منصات التداول بالفن الرقمي السيبراني، وبالتالي يصبح الفنان هو من يدير العملية التسويقية ويتحكم بالمحتوى الذي ينتجه على واجهة (webXR.AR+VR) الواقع المعزز والافتراضي، الخاص في برمجة تطبيقات صناعة محتوى الويب المدمج أو المختلط، وربطه بوسائط متعددة مثل سماعات الرأس ونظارات (في ار) (VR)، وبذلك تكون هذه المنصة التي يزيد قاعدة بيناتها حتى الان عن عشرات الملايين من المستخدمين، بمثابة اداة محفزة للاستهلاك، مما يزيد من سرعة وصول المُنتج الإبداعي للمستهلكين وجني المال بكل يسر. وهذا يعتمد على فن التسويق وألية عرض الاعمال التصويرية التشكيلية بصورة تجذب الانتباه لاكتساب الميزة التنافسية على المنصات الإلكترونية بشكل عام.

الفصل الرابع

الفن التشكيلي المعاصر

والذكاء الاصطناعي

تمهيد

مع بداية القرن الواحد والعشرين شهدت الصناعات الإلكترونية الرقمية انتعاشا لا مثيل له خصوصا بعد ثورة الإنترنت في نهاية تسعينيات القرن الماضي والذكاء الاصطناعي في الوقت الحاضر ثورة محاكية لثورة شبكة الإنترنت في ذلك العصر، حيث تم اعتبار تقنية (AI) الذكاء الاصطناعي هي المرحلة التالية لتطور العالم الرقمي، وبالتالي يعتبر التعبير عن المحتوى الفني القائم على البيانات الرقمية أكثر ذكاء في صناعة الفن التشكيلي المعاصر المثالي من خلال تمكين استجابات السوق بناء على البيئة المحيطة بالفنان، وينطوي على هذه التقنية المعاصرة سرعة فك وتحليل مشاعر الفنان التشكيلي، بالإضافة إلى القدرة العالية في التعرف على رغبات المستهلكين بناء على دراسة السلوك البشري بصورة أوسع، وسرعة عالية في توصيل البيانات الابتكارية عبر شبكة الإنترنت؛ ويوضح Russell2020. p1-36، "أن فكرة الذكاء الاصطناعي تقوم على محاكاة طريقة تفكير وتعلم البشر، من خلال تطوير أنظمة برمجيات الحاسوب فيما يسمى النمذجة التنبؤية في التحليل والتفكير بذكاء، بشكل يعكس سلوك الإنسان الذكي في الإبداع، والتعلم والتفسير وحل المشكلات كما وتشرح طرق الاستخدام وتقدم النصائح"؛ وتساهم هذه البرمجيات التنبؤية في جعل الأنظمة تفهم وتفكر وتبدع في عدة مجالات بما في ذلك الفن التشكيلي المعاصر والفنون التطبيقية، بشكل يحاكي طريقة تفكير البشر بالاعتماد على منطق الخوارزميات الرياضية وعلم النفس المعرفي واللغويات. ومن هذا المنطلق يمكن اعتبار تقنية الذكاء الاصطناعي شكلا من أشكال تطوير صناعة الحوسبة الإلكترونية في كل مجالات الحياة.

الفن التشكيلي والتكنولوجيا

تعتبر الفنون بصـــورة عامة والتكنولوجيا من القطاعات المهمة في المجتمع المعاصـر، والتي لها دور كبير في تشكيل الحضارة والتطور الاجتماعي والاقتصاد القومي، حيث يعكس مفهوم الفن التشــكيلي كل معاني الهوية الثقافية للمجتمع ويعد جســراً للاتصــال وللتواصــل، من خلال التعبير عن كثير من القضــايا، كما تساهم التكنولوجيا في تعزيز الابداع والتطور بين افراد المجتمع، ومن الملاحظ أن الفن بصفة عامة لا يستطيع أن يبقى بمنأى عن التكنولوجيا وعن الوسائط الرقمية ووسائل الاتصال والتواصل الاجتماعي، والتي تعتبر من سبل التعبير عن كثير من القضايا الاجتماعية والسياسية.

علاوة على ذلك تســاهم التكنولوجيا في تعزيز الابداع والتطور بين افراد المجتمع، وصناعة وتسويق المنتج التشكيلي وتشجيع الابتكار، مما يدفع عجلة الصــناعات الإبداعية الى التطور، ومن هذا المنطلق عملت التكنولوجيا على اعادة تعريف الفن التشــكيلي من خلال تـأزر التطبيقـات والبرامج الرقميـة مع الفنـان لتشكيل الحضارة المعاصرة، وهذا ما يؤسس لثقافة جديدة تدفع الفنان التشكيلي إلى البحث باســتمرار عن ماهية محتوى الفن التشــكيلي المعاصــر، وعن أشــكاله وأنماطه المستحدثة والتي تهيمن على المشهد الحياتي برمته.

إنـه مســتقبـل الابتكـارات التكنولوجيـة المتســارعـة التي تـدعم المنحى الإبداعي الحســي والرؤية الجمالية بصــفة عامة، وربما يكون الســبب وراء هذا الانســياق هو الخروج من الواقع وتحقيق مالا يمكن تحقيقه واقعيا، وبناءً عليه أصبحت كل أوجه الفنون متأثرة بالتطور الرقمي المعاصـر، وتقود الابتكار وتضع التكنولوجيـا في الاتجـاه الاوســع من التطور، وغـالبـا مـا يطور الفنـانون تقنيـات وأســاليب جديدة يدفعون بها حدود الخيال الى زيادة الابتكار في التكنولوجي، وأن

زيادة الطلب من قبل افراد المجتمع على التكنولوجيا يساهم في استهلاك الفن التشكيلي بطريقة غير مباشرة، ولاسيما من خلال الوسائط الرقمية والمحتوى السمعي البصري على وسائل التواصل الاجتماعي؛ إن النظر إلى التكنولوجيا بهذه الطريقة يدعو إلى طرح سؤال: كيف يمكن للمساعي الفنية التشكيلية أن تتيح أبعاداً جديدة للتطور التكنولوجي.

يمكن لرواد صناعة التكنولوجيا أن يجدوا في عالم الفن التشكيلي الهاماً لتطوير تطبيقات الانظمة الرقمية التي تساهم في تحسين العمليات الإنتاجية التجارية، وتعزز التنافسية في الاقتصاد الإبداعي، كما تساهم الفنون التشكيلية في حل كثير من المشكلات من خلال تسهيل صناعة نظم الوسائل المساعدة للتعليم والتعلم، أو ما يسمى التعليم من خلال الفن، كما يعتبر عالم الفن التشكيلي توطئة لتوسع مدارك الانسان في التخيل ويدفع الى رفع مهارات التفكير والابداع، فضلا على أن الفن التشكيلي كما نعرفه في وقتنا الحاضر سيكون مستحيلا في المستقبل دون اللجوء الى تكنولوجيا الوسائط الرقمية، والتي تستند الى ذاكرة الإنتاج البشري على مر العصور، وأن النظر الى عالم الفن التشكيلي في المستقبل يقودنا الى تخيل ابعاد التكنولوجيا الرقمية في صناعة الفنون التشكيلية برمتها.[1]

ولمعرفة حيثيات هذه الرؤى؛ يتوجب علينا عكس هذه العلاقة، حيث تقود الفنون التشكيلية دفة الابتكار والمنتجات التقنية ضمن سياق الاقتصاد الإبداعي وبالتالي سيعمل الفنان التشكيلي على تطوير حدود الخيال نحو تقنيات جديدة يمكن أن تثير اتجاهات جديدة في فضاء انشطة الصناعات الإبداعية السيبرانية، وقد يرى افراد المجتمع طلباً على التكنولوجيا من خلال الفن التشكيلي، لاسيما في تسويق المحتوى السمعي والبصري، حيث أن الثورة التكنولوجية تعتمد اساساً

[1] https://www.asjp.cerist.dz/en/article/208746

على عقل الفنان التشكيلي وخياله، بالإضافة الى مهارته العالية في التعامل مع التقنيات الرقمية والتشعبات الخوارزمية، وشبكات الاتصال السيبرانية، " فضلا على ضرورة معرفة الفنان التشكيلي في علم تنظيم المعلومات وتخزينها ثم استرجاعها وإعادة تنظيمها لتحقيق اكبر فائدة منها. فالشائع بأن الحاسوب (الكمبيوتر) ليس مجرد أداة تنفيذية، بل وسيلة عجيبة تتطلب التقنية والمنهجية في الإنتاج التشكيلي بهدف انتاج وتوليد وابداع الاعمال التشكيلية الرقمية، عن طريق اللغة الحوارية بين الفنان وبرامج الحاسوب المنتجة لها"[1]

وفي المناهج التقليدية للأبداع الفني، نلاحظ وجود عدد كبير من الوسائل الميكانيكية الالية يمكن استخدامها لإنتاج اعمال فنية بصرية، الا انها ربما تعيق وتقيد حرية الابداع على عكس الكمبيوتر [2] الذي يتحول الى أداة ثمينة، أو الى رديف للفنان في معالجة وبرمجة الصورة الذهنية للفكرة الأولية لديه، وانتاجها بشكل بصري يحرص على عدم تقليل الفاعلية الفكرية والفنية، وتحويلها الى تفكير آلي جاف، فهو أداة تقوم بتسريع وتحرير الأفكار الإبداعية الفنية بعيداً عن النمطية والمنهجية، ومن ذلك نجد بأن الفن الرقمي Digital Art، هو فن يستخدم الكمبيوتر كأداة تشكيلية مستخدماً الخيال والاستحداث والتجريب ليفعل العملية التصميمية الهادفة ليخطط شكل ما وأنشائه بطريقة فاعلة لإنتاج لوحة فنية جدارية وبذلك فأن تاريخ الفن الرقمي يظهر مدى التداخل بين التكنولوجيا والفن ولعله

---

[1] استخدام التقنيات الرقمية كوسيط اثرائي للوحدة الشكلية في التصميم الفني للجداريات. أ.م.د. نجم عبدالله عسكر البياتي جامعة ديالى – كلية الفنون الجميلة

[2] يشمل الكمبيوتر والآلات التنفيذية التي تعمل بواسطة التحكم الرقمي مثال ذلك مكائن CNC الرقمية.

شيء طبيعي في فن يسير نحو جعل الآلات الالكترونية صانعة ومبدعة لفن لم تره أعين البشر قبل.

فقد شهد استخدام الحاسب الالي كتقنية معاصرة أثرا فعالا في مجالات الفنون التشكيلية المعاصرة من خلال تطويع امكانياته وبرامجه المتنوعة لتحقيق صياغات فنية إبداعية بشكل معاصر يتناسب مع الثقافة والتوجهات المعاصرة مما أدى الى ظهور ما يعرف بالفن الرقمي وهو أحد اتجاهات الفنون التشكيلية التي طورت شكل الفن للتعبير عن متطلبات الحياة المعاصرة وما رافقها من تطور علمي فهي بمثابة إضافة نوعية في عملية الابداع الفني " [1]

وهناك الكثير من التطبيقات والبرامج المحوسبة التي يستعين بها الفنان التشكيلي، على سبيل المثال برامج(Adobe InDesign photoshop) ، Corel draw، Ucancam) . اذ يمكن لهذه التطبيقات الرقمية أن تقوم بالتنسيق بين عدة معطيات وأنواع مختلفة من المعلومات التي يتم تزويد البرنامج بها لتكوين اعمالاً تشكيلية، بطريقة منظمة ومحكمة مما يساهم في نقل هذه الأفكار من خيال الفنان الى حيز الواقع، وهذا الامر يتم فيه توليد العمل التشكيلي من معلومات يتم تغذيتها للبرامج ومن ثم تحويلها الى معادلات أو خوارزميات تتحول الى لغة الحاسوب الرقمية لكي يتم تنفيذها وفق ما هو مطلوب منها، كما أن التكنولوجيا قد سهلت أيضا اخراج اللوحات التشكيلية باستخدام المكائن والطابعات الليزرية من خلال ربط الكمبيوتر بهذه المكائن بما يعرف بالتحكم الرقمي والذي يقصد به سلسلة التعليمات المدونة (المشفر) في صورة ارقام وحروف ابجدية ورموز تستوعبها

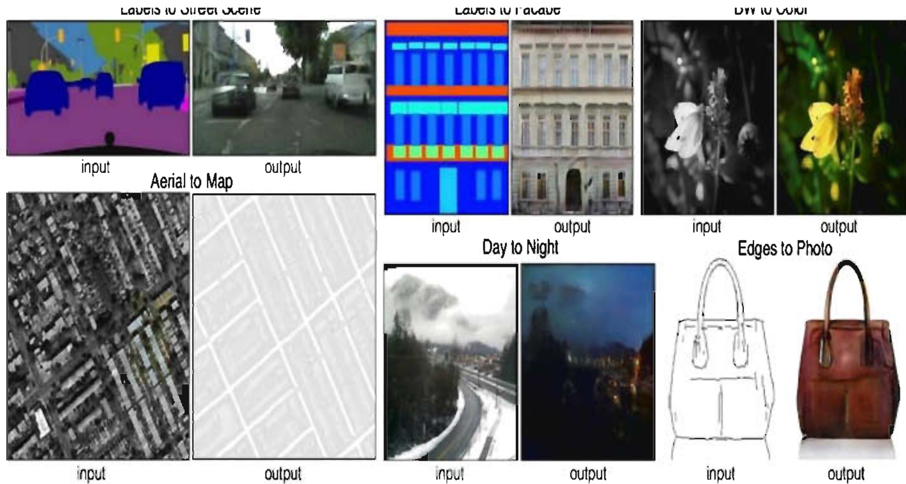
[1] الجريان، ندى بنت سعود بن سعد،"رؤية معاصرة لفن الجداريات في ضوء التقنية الرقمية "، (رسالة ماجستير غير منشورة)، كلية التربية، جامعة ام القرى، المملكة العربية السعودية، 2013.

وحدة التحكم بالطابعة وتحولها الى نبضـات كهربائية توجه المحركات الكهربائية وأدوات القطع بالماكينة ومن ثم تنفيذ العمليات الميكانيكية المطلوبة، وقد تم ادخال نظام التحكم الرقمي باستخدام الكمبيوتر (COMPUTER NUMERIC CONTROL) بنجاح كبير في مختلف عمليات الصناعات التشكيلية الإبداعية.[1]

[1] Douglas Davis , “ ***The Work of Art in the Age of Digital Reproduction (An Evolving Thesis:1991-1995)*** ” , Leonardo ,Vol.28,No.5,Third Annua; New York Digital Salon.(1995),pp.38-386.

الفن التشكيلي المعاصر والذكاء الاصطناعي

تعتمد أهمية الذكاء الاصطناعي (AI) في الفن التشكيلي المعاصر على طريقة التنفيذ، بحيث يكون لدى الفنان المؤهل رقميا، القدرة والإمكانية العالية في الوصول إلى مزيد من البيانات الخاصة في تكوين وإنشاء الفن التشكيلي المعاصر في العالم السيبراني، مما يسمح له في ترجمة الفكرة بمساعدة الذكاء الاصطناعي، مع القدرة على إجراء التغييرات في البرمجيات المكونة للأنظمة الإنتاجية داخل بيئة العمل الفني التشكيلي، من خلال أجهزة الاستشعار عن بعد والشبكات اللاسلكية، والحصول على المزيد من البيانات عن كثير من الأعمال التشكيلية المشابهة لفكرة العمل، مما يعزز عمل الفنان ويسهل قياس وتحسين عملية إنتاج وتصنيع العمل الفني التشكيلي من بداية الصورة المدخلة حتى نهاية إخراجها وبالتالي يجعل العمل الفني التشكيلي المرتبط بالذكاء الاصطناعي أكثر جمالا وذكاء. ويوضح الشكل رقم (13) هذه الالية.



الشكل رقم(13) يوضح ألية ترجمة صورة إلى صورة اخره باستخدام تقنية الذكاء الاصطناعي[1]

[1] https://arxiv.org/pdf/1611.07004v1.pdf

ومن هذا المنظور يعتبر الذكاء الاصطناعي (AI) في مجال الفن التشكيلي وكيل رقمي مساعد للفنان من خلال المحاكاة الصناعية للذكاء البشري في إجراء التحسينات على الفكرة الإبداعية ويمكن توظيف الروبوتات الآلية المبرمجة مسبقا بتقنية (AI) على تقليد كافة أفعال البشر مثل الرسم التفكير الإدراك الحسي وصياغة العمل الفني عن طريق نظام المحادثة الناطقة أو النصية؛ لذلك نجد أن تقنية (AI) تهتم في كيفية تفاعل الفنانين مع صناعة الفن التشكيلي المعاصر على أنظمة وتطبيقات شبكة الإنترنت؛ بشكل عام يمكن لخوارزميات الذكاء الاصطناعي القيام بما يلي فيما يخص الفن التشكيلي المعاصر:

1. إنشاء عمل فني جديد بناءً على بيانات أو معلومات خاصة مثل أسلوب التنفيذ الانطباعي أو التكعيبي أو أيٍّ كان من المدارس الفنية القديمة أو المعاصرة أو الدمج بينهما.
2. إجراء بعض التحسينات على بنية العمل الفني التشكيلي عن طريق إضافة بعض التفاصيل أو إزالة بعض عناصر التكوين.
3. يمكن لتقنية (AI) الذكاء الاصطناعي استعادة الأعمال الفنية التشكيلية القديمة وإعادة صياغتها من جديد بما يخدم الفكرة المراد إنشاؤها.
4. يمكن لبعض خوارزميات الذكاء الاصطناعي تحويل بعض الرسومات والتصاميم إلى نماذج ثلاثية الأبعاد تخدم إنشاء وتطوير الفن التشكيلي المعاصر.
5. زيادة العمليات الإبداعية بناءً على بيانات مخزنة يقوم برفعها المستخدم مسبقاً، والتي يمكن استخدامها كمصدر إلهام لتوليد الفكرة الإبداعية.
6. القدرة على تغيير الطريقة التي يتفاعل بها المستهلكين مع الفن التشكيلي المعاصر ضمن إطار العالم الرقمي الوسائطي.

7. إعادة تشكيل عالم الفن التشكيلي المعاصر بشكل أوسع وأكثر جمالاً
8. تحسين نوعية السلع والخدمات الفنية التشكيلية المقدمة للمجتمع وربطها بالاقتصاد الإبداعي
9. تمكين الفنان من تعلم العديد من المهام والمهارات التقنية الحديثة لزيادة الكفاءة الإنتاجية لديه وبالتالي تحفيز الابتكار وتنظيم البحث في مجال الصناعات الإبداعية؛ بالإضافة إلى التطوير المبني على التحليل والاكتشاف والإبداع.
10. تعزيز القدرة على الاختراع في عالم الروبوتات المنفذة للأعمال الفنية التشكيلية، مما يساهم في المحصلة إلى تجويد التقدم السريع في تطبيق نظرية الاقتصاد الإبداعي وربطها بالفن التشكيلي المعاصر مما يسهل عملية التسويق والترويج للتصوير المعاصر.

إذا يمكن اعتبار "تقنية الذكاء الاصطناعي هي باختصار شكل من أشكال إعادة تحديث الفكر الإبداعي التفاعلي المؤثر على إدراك المستهلكين، ومن هذا المنطلق نعتقد أن مفهوم الذكاء الاصطناعي (AI) يرتبط ارتباطا وثيقا بمفهوم الفن التشكيلي المعاصر والاقتصاد الإبداعي، حيث يمكن اعتبار الفنون البصرية الإبداعية هي جوهر الذكاء الاصطناعي، المرتبط بالعاطفة التي ينطوي عليها التسويق المعاصر؛ من خلال تحرير المجتمع من التفكير التقليدي المعتاد اتجاه المنتج، والحصول على تجربة عاطفية معززة للتسويق الرقمي، وبالتالي فإن المتلقي للمنتج يقوم على فكرة استنساخ المشاعر والأحاسيس من العمل الفني التشكيلي بصورة تفاعلية، وبهذا المعنى فإن الفن التشكيلي باعتباره شكلا من أشكال الجماليات يكون له معنى خاص، يقوم على تحديث تلقي الإنسان للتجربة

الإدراكية العاطفية اتجاه العالم المحيط بنا، مما يساهم في الترويج للمنتج في المحصلة.

على سبيل المثال يمكننا أن نلاحظ بحساسية تامة شكل التغييرات التي تحدث في وجه الشخص الذي يبدو حزينا أو سعيدا عندما ينظر لأي عمل فني ولكن من الصعب علينا توضيح تجعد طبقات الوجه الذي يعكس هذا التغيير إلا من خلال الوظائف الإبداعية والجمالية التي ينتجها الفنان بصورة عامة، ومن هذا المنطلق يمكن اعتبار الفن التشكيلي المعاصر المرتبط بالذكاء الاصطناعي: إنه عبارة عن مجموعة من النماذج والأساليب والتقنيات التي تهدف إلى إنشاء تصاميم تشكيلية ذات صبغة عاطفية تسويقية؛ وبناء على ذلك نستنتج أن فكرة الاقتصاد الإبداعي المعاصر هي نظرية منهجية تكنولوجية تسويقية بالأساس، تشمل طرقا جديدة لاستخراج الأفكار والمهارات الإبداعية عن طريق الخبرة الرقمية في التسويق، ليصار بعد ذلك إلى تحليلها وعرضها ومعالجتها من طرف المتلقي.

ويرى (Davies) ديفيس" أن مجال (AI) الذكاء الاصطناعي يعتبر قاعدة الاقتصاد الإبداعي المعاصر، وهو المكون الرئيسي لأنظمة الذكاء الاصطناعي التي يستند إليها الخبراء؛ لذلك أن تقنية (AI) الذكاء الاصطناعي، تعتبر إضافة نوعية في آلية التعامل مع البيانات المحوسبة، بناء على الحقائق والأفكار والمهارات الإبداعية للجنس البشري. علاوة على ذلك يعتمد الذكاء الاصطناعي على تنمية قدرة نظام التعلم عن بعد وصناعة المحتوى الفني التشكيلي، وتحفيز المتلقي على التحليل والاكتشاف والتفكير المنطقي والتعلم، وهذا ما يسمى بالاستقراء الذكي للنتائج التي تم تحليلها، لذلك إن الفنان المعاصر الذي يمتلك الأفكار والمهارات الإبداعية، ويعمل على صناعة محتوى فني تعليمي هو من يستفيد أكثر من تقنية (AI) الذكاء الاصطناعي، من خلال العمل على تصميم وإنشاء نظام متكامل من

البيانات والمعلومات الفنية التطبيقية، تسمح له في تحويل الفكرة الفنية إلى بيانات رقمية تساهم في المحصلة إلى تطوير القاعدة التشكيلية لأنظمة الذكاء الاصطناعي.

لذلك يجب أن يكون الفنان التشكيلي على دراية جيدة في هذه التقنية كما يجب أن يكون خبير في كافة برامج الحاسوب الأساسية المرتبطة في صناعة الصورة من أجل بناء عمل تصويري تقني يسهل. غالبا ما يقيس الاقتصاد الإبداعي القدرة في الحصول على هذه الإبداعات بمقياس بيانات الأرقام السعرية؛ وبالتالي يعتمد الاقتصاد الإبداعي بالدرجة الأولى على الاستثمار بتقنية الذكاء الاصطناعي والطاقات البشرية المنتجة للإبداع والابتكار، بالإضافة إلى تسويق وترويج تلك المنتجات الإبداعية وجعلها ذات قيمة استهلاكية يتم الاستثمار بها، والذي يؤدي إلى تعزيز النمو الاقتصادي ودفع عجلة التنمية.

والسؤال الذي يطرح في هذا الفصل هل يمكن اعتبار العمل الفني التشكيلي الذي تم إنشاؤه بالكامل بواسطة الذكاء الاصطناعي عمل فني إبداعي؟ حيث ينتقل الذكاء الاصطناعي في هذه الحالة من كونه أداة تنفيذيه إلى كيان غير بشري مبدع، وهل تتمتع هذه الأعمال المنتجة آليا بالأصالة والتفرد؟

يرى (Sautoy) ساتوشي "أن العلاقة بين الذكاء الاصطناعي والاقتصاد الإبداعي قد نمت بشكل كبير في السنوات الأخيرة من خلال تطوير الأنظمة الرقمية في تأليف الموسيقى والأعمال الفنية وتكوين العناصر التشكيلية، لكن لا شك في أن من قام بتحريك وتطوير العملية الإبداعية في الذكاء الاصطناعي برمتها؛ هو العقل البشري وهو من يمتلك الملكية الحصرية للمنتج في هذه الحالة"، ومن هذا المنطلق نعتقد أن عملية إنشاء الفنان عمل تصويري فني بمشاركة تقنية الذكاء

الاصـــطناعي يعتمد بالأســـاس على درجة البرمجة الرقمية، فكلما زادت البرمجة قلت المشاركة البشـرية، وفي جميع الأحوال حتى لو قلت مشـاركة الفنان في تكوين وبناء العمل الفني التشـــكيلي، يمكن اعتباره عملا إبداعيا بشـــريا لامتلاك الفنان الحقوق الحصرية للفكـرة.

ففي الـدول الأوروبيـة تتم حمـايـة الفكرة الإبـداعيـة المرتبطـة بـالـذكـاء الاصـــطناعي عن طريق حماية حقوق الملكيـة الفكرية لصـــانع تطبيقات وبرامج المنتج الإبداعي وتوجيه حماية حقوق الطبع والنشـر إلى مؤلف الفكـرة وهو الفنان الـذي يعمـل على تلـك البرمجيـة. وعلى الرغم من أن دمج الـذكـاء الاصـــطنـاعي بالاقتصــاد الإبداعي يحفز الابتكار التكنولوجي الصــناعي ويخلق مهارات إبداعية بين جيل الشـــباب لتســـويق منتجاتهم، إلا أن كيفية اســـتخدام الذكاء الاصـــطناعي كنظام تكنولوجي رقمي موجـه يلعـب دورا بـارزا في بنـاء قـدرات الابتكـار العلمي للاقتصـــاد الإبداعي في بلادنا العربية، علاوة على ذلك أن دمج الوســـائط الرقمية المتعددة يساهم في تفاعل المتلقي للمنتج الإبداعي مع صانع المحتوى التسويقي.

من جانـب اخر نعتقـد أن حوســـبـة الإدراك الجمعي الوطني عبر الوســـائط الرقمية الموجهـة يعمـل على اكتســـاب الجيـل الصـــاعد الوعي بذكاءً معزز هجين مدمج مع تكنولوجيا الوســـائط الرقمية، وقد يؤدي إلى تشـــكيـل نظام أيديولوجي ينتقص من حجم الذاكرة الترابطية للثقافة المحلية، لذلك أن اسـقاط التراث الثقافي المحلي على تقنية الذكاء الاصطناعي يعتبر قيمة مضافة للاقتصاد الإبداعي الوطني ويعمـل على إعادة تشـكيل الصـــناعات الثقافية والإبداعية بصــورة رقمية معاصــرة على وجه الخصـــوص، وبالتالي فإن اســـتخدام منظومة (AI) الذكاء الاصـــطناعي كهيئة مسـتقلة تعمل على تحليل ومراجعة السـلوك الإبداعي الثقافي الوطني وربطة بالذكاء الاصـطناعي، يُفضـي إلى تحفيز الإدراك البصـري للتراث المحلي ولابتكار

والإبداع، ومن ناحية أخرى يساهم في رفع الذائقة الجمالية بين افراد المجتمع ومن هذا المنظور فإن إعادة تأهيل الفنان بتقنيات (AI) الذكاء الاصطناعي المرتبط بالصناعات الثقافية والإبداعية المحلية يشكل رافعة حقيقية للبناء والتطوير ويوفر فرصًا للابتكار التكنولوجي يدعم في المحصلة الاقتصاد الإبداعي الوطني.

ويشير (Ledig) ليدج[1]، إلى أن "الأساس الإبداعي للفنان هي الخلايا العصبية الدماغية مع التأكيد على أن العملية الإبداعية، تتلخص في معالجة المعلومات والخبرات الفنية السابقة من قبل الدماغ البشري"، ومبدأ الذكاء الاصطناعي ينطوي على محاكاة الذكاء البشري الذي يتم تحديده من خلال البنية الفسيولوجية وطريقة عمل الدماغ البشري بالأساس؛ وبناءً على ذلك تمت تسمية السلوك الإنساني (بعلم التحكم الآلي) أو الذكاء المعتمد على الإدراك والعمل ويتجسد هنا السلوك الإبداعي الذكي من خلال التفاعل مع بيئة العالم الحقيقي وهذه القاعدة هي اللبنة الأساسية للذكاء الاصطناعي الذي يتميز بالإبداع والإدراك والخبرة المحزنة في البيانات الخوارزمية" لذلك لقد وضع الذكاء الاصطناعي الفن التشكيلي المعاصر في السياق الأوسع لتطوير اتجاهات الفنون التشكيلية، من خلال الجمع بين عناصر بناء العمل الفني والتكنولوجيا في ذات الوقت، حيث يقوم الفنانون بتجربة هذه التقنية الرقمية من خلال إنشاء تكوينات ابداعية تتصف بالمحاكاة للواقع الحقيقي مع تفاعل وانغماس المتلقي بالشكل المُنتج.

ويضيف على ذلك (Russell) راسيل في ذات السياق، "أن تطوير جيل جديد من تقنية (AI) الذكاء الاصطناعي يمكن تسميته بحوسبة الإدراك عبر

[1] Ledig C, Theis L, Huszar F, Caballero J, Cunningham A, Acosta A, Aitken A, Tejani A, Totz J, Wang Z, Shi W (2017) Photo-realistic single image super-resolution using a generative adversarial network. In:IEEE conference on computer vision and pattern recognition (CVPR), pp 105–114

الوسـائط المتعددة، قد يسـاهم في إكسـاب الإدراك الاصـطناعي القدرة البصـرية البشـرية، بالإضـافة إلى حوسـبة الإدراك البصـري، وحوسـبة إدراك اللغة الناطقة لتتوافق مع الإدراك السمعي والبيئة التفاعلية للمشاهد الصوتية في الطبيعية، والتي تعزز بشكل مباشر وصول عصر الوسائط الذكية المعززة بالذكاء الهجين، المرتبط بالسـلوك التكافلي بين الإنسـان والآلة"؛ ويؤكد على ذلك (Deldjoo) ديلديجو في أن "تطوير الحوسـبة التعاونية للروبوت السـحابي يعزز الفهم السـياقي بين الفنان والآلة ضـمن إطار بيئة العالم الحقيقي، مما يؤسـس للابتكار والإبداع الذي يدعم الاقتصـاد الإبداعي، ويعزز صـناعة تحولات رقمية في آلية إخراج الفن التشـكيلي المعاصـر مع القدرة على تحقيق قيمة سـيكولوجية خاضـعة لمعايير ومضـامين المكان، والزمان، والفكرة كما يسـهم في تنظيم وبناء الشـكل الوهمي ثلاثي الأبعاد (D3) المكون من عمق على سـطح ثنائي الأبعاد، كما يعمل الذكاء الاصـطناعي على صـياغة الاختزالات الشـكلية في الفن التشـكيلي المعاصـر، وفق أسـاليب ومحددات فنية مع التأكيد على القيمة التعبيرية لأجزاء معينة من التشـكيل الجمالي للمنتج الفني التشكيلي"

الذكاء الاصطناعي (AI) وصناعة المحتوى

تتيح تقنية (AI) الذكاء الاصطناعي فرصة إنشاء محتوى عالي الجودة قابل للتسويق والاستهلاك من خلال ترجمة البيانات المخزنة على شبكة الإنترنت إلى محتوى ابداعي محاكي لسلوك البشر، تقود في المحصلة إلى التحول نحو الاقتصاد الإبداعي بطريقة غير مباشرة[1]، ومن هذا المنطلق أن تطوير منظومة الذكاء الاصطناعي تؤدي إلى تعزيز القدرة التنافسية في تطوير تكنولوجيا ابتكار الصناعات الإبداعية على وجه الخصوص، وربطها بسلسة الصناعات الثقافية الإبداعية العالمية؛ في ضوء ذلك نعتقد أن زيادة قدرة الابتكار في تقنية تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، يعزز صناعة المحتوى الإبداعي في الفنون التشكيلية، وقد يكون بداية توسع مفهوم الفن التشكيلي المعاصر، المرتبط بالذكاء الاصطناعي السيبراني، وبالتالي أن استخدام بيانات الذكاء الاصطناعي يساهم في تحقيق قيم عالية في صناعة المحتوى الفني التشكيلي، مما يسمح للفنان بأطلاق العنان للخبرة الفنية المتراكمة عبر السنين نحو إنشاء محتوى تصويري ناجح، يصب في المحصلة نحو زيادة تسويق وتوزيع الفن التشكيلي المعاصر على شبكة الإنترنت بكل يسر وسهولة، كما توفر تلك البيانات مساحة للمواهب الشابة لممارسة الإبداع الاصطناعي وإطلاق المبادرات في حقول متعددة.

ويشير (Russell) راسيل[2] "أن المهام الإبداعية في مجال إنشاء المحتوى تتطلب فهم وتحليل طريقة تفكير المتلقي؛ بهدف صناعة فكرة تتميز بالأصالة والتفرد، بينما يتمحور دور الذكاء الاصطناعي في التنبؤ وتحليل البيانات المدخلة

---

[1] Russell S, Norvig P (2020) Artifcial intelligence: a modern approach, 4th edn. Pearson p10-45

[2] Russell S, Norvig P (2020) Artifcial intelligence: a modern approach, 4th edn. Pearson p30-75

مسبقاً بغية إنشاء محتوى ذات خصوصية عالية حيث تنتج بعض التطبيقات صوراً مرتبطة بالبيانات والنصوص المخزنة، وتكون عملية إنشاء المحتوى من خلال دمج النصوص المكتوبة مع أنماط الصور المتحركة، مع إضافة تحسينات اللون والصوت وبعض الوسائط المتعددة بناءً على بيانات تشبه وتحاكي الانسان " والسؤال الذي يطرح في هذا السياق كيف ينتج الذكاء الاصطناعي محتوى تصويري تشكيلي ابداعي؟

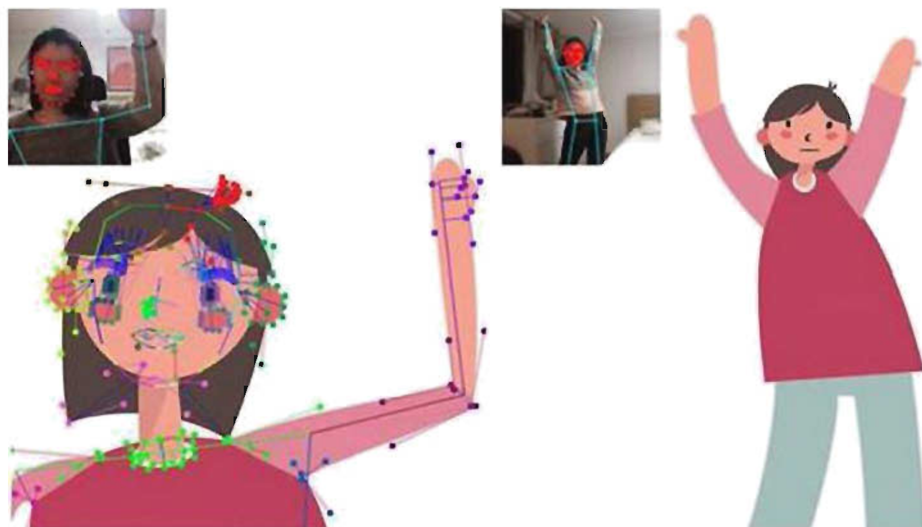
يرى (Russell) راسيل[1]، انه غالباً ما يتم تحقيق "الفكرة الإبداعية المكونة لأي محتوى في الذكاء الاصطناعي من خلال الذاكرة العشوائية لبيانات هذه التقنية المخزنة، ومن ثم تأتي مرحلة توليف محتوى؛ على سبيل المثال أن الشكل الرمزي الذي يحتوي على مناظر ثلاثية الابعاد تبدو أكثر وضوحاً مع ادخال عنصر الديناميكية، وأن إضافة تأثيرات الوسائط المرئية على مشهد الفكرة الواقعية ترفع من قيمة المحتوى"، ومن هذا المنظور يكون الذكاء الاصطناعي قد جمع بين رؤية البيانات المخزنة داخل جهاز الكمبيوتر أو على شبكة الإنترنت، مع أجهزة الاستشعار المتعددة التي تلتقط حركة الشكل الواقعي.

ولأجل إنشاء عمل تصويري معاصر يستدعي ذلك إنشاء وتوليف برمجية خاصة بهذا العمل تقوم على نظام الخوارزميات التشعبية المرتبطة بمعاير الجمال والإبداع، وفي ذات الوقت محاكية لإعمال فنانين، بعد ذلك تأتي عملية مطابقة العمل الفني التشكيلي المُنتج مع تلك المعاير المخزنة كما في الشكل رقم (14). وبذلك تكون تقنية (AI) الذكاء الاصطناعي، ساهمت في إنشاء عمل تصويري معاصر ذات بيئة محاكية لديناميكية الحركة الواقعية، وقد يكون مشهد المحتوى

---

[1] Russell S, Norvig P (2020) Artifcial intelligence: a modem approach, 4th edn. Pearson p30-75

معززة بكيانات افتراضية رقمية أخرى يتم استيرادها من الهاتف الخلوي أو الأجهزة اللوحية.



الشكل رقم (14) يوضح تدخل الذكاء الاصطناعي في ترجمة الحركة إلى شكل رمزي[1]

على الرغم من استمرار عملية البحث والتطوير في مجال صناعة المحتوى من خلال توفير الحلول القائمة على الذكاء الاصطناعي، إلا أن جذب الاستثمارات وتسخيرها في الشركات الناشئة المطورة لخوارزميات التعلم الآلي يساهم في تنمية الاقتصاد الإبداعي، بالتزامن مع تطوير كفاءة الحوسبة وقدرات التخزين وتقنيات الاتصال والتواصل على نطاق (G5)، يعزز أيضا من إنتاج محتوى أعمال تصويرية بجودة عالية تعكس الأداء المحاكي للسلوك البشري وعلى الرغم من كل هذه التطورات، إلا أنه لا تزال هناك تحديات كبيرة أمام الذكاء الاصطناعي، باعتباره المصدر الوحيد القائم على الاستدلال أو التفكير في اتخاذ القرارات بناء على البيانات المخزنة فقط؛ ويضيف (Russell) راسيل في ذات المرجع أن التطورات

1 https://wwwhatsnew.com/2020/06/08/para-animar-a-un-avatar-en-2d-usando-nuestra-camara/

التكنولوجية في مجال الذكاء الاصطناعي ستظل لبعض الوقت تتمحور حول طريقة تفكير الإنسان ومصممة لزيادة حجم الإبداع البشري وليس استبداله، مما يحتم على المطورين في مجال برمجة الذكاء الاصطناعي المرتبط بالصناعات الإبداعية الجهد المستمر في بناء الثقة مع المتلقي بشكل دائم، إلى جانب نعتقد أن الاهتمام بالقضايا المجتمعية والأخلاقية يستدعي فلترة البيانات بشكل دوري.

الذكاء الاصطناعي (AI) والاقتصاد الإبداعي

يمتلك الذكاء الاصطناعي إمكانات وقدرة عالية على زيادة الكفاءة الإنتاجية في مجال الصناعات الإبداعية، بما في ذلك الفن التشكيلي المعاصر، من خلال توفير القاعدة الإبداعية للفنانين وأصحاب المبادرات الإبداعية على مواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى مساعدة الشركات الناشئة وصانعي المحتوى من الأفراد على استخدام تقنية البيانات المخزنة وتحليلها بشكل أكثر كفاءة والتفاعل مع العناصر وحل المشكلات، وأداء المهام الموكلة بسهولة ويسر، وفي المحصلة يحفز سرعة الترويج والتسويق للمنتج الإبداعي.

يرى (Russell) راسيل "أنه لا يمكن اعتبار الذكاء الاصطناعي بديلا للذكاء البشري بل طريقة معاصرة للوصول إلى الاستنتاجات التنبؤية بصورة مكملة لقدرة الإنسان على الابتكار والإبداع وإظهار طرق جديدة للتفكير وحل المشكلات، وتحسين أداء العديد من قطاعات الصناعات الإبداعية وقد ساهمت التقنيات التكنولوجية الحديثة مثل إنترنت الأشياء والحوسبة السحابية في تطوير الذكاء الاصطناعي المرتبط بالصناعات الثقافية والإبداعية، والابتكار والتفاعل الذكي بين الإنسان والحاسوب المدعوم بالواقع الافتراضي والواقع المعزز"، مما يساهم في المحصلة إلى تشكيل منظومة تعاونية للابتكار والتطوير في قاعدة الاقتصاد الإبداعي القائم على البيانات، والتكامل المتعدد والتعاون بين الإنسان والآلة؛ الذي يعزز الذكاء الاصطناعي. علاوة على ذلك أن دخول برمجة الذكاء الإدراكي التي تشمل الاستماع والتحدث، والذكاء المعرفي مثل الفهم والتفكير إلى هذه التقنية مكن الذكاء الاصطناعي إلى إعادة بناء جميع جوانب أنشطة الاقتصاد الإبداعي، مثل الإنتاج والتوزيع والتسويق والتبادل والاستهلاك، وابتكار المنتجات التي يمكن أن تحسن مستوى الإدارة وكفاءة الإنتاج وجودة المنتج

الإبداعي، وتعزيز الارتقاء الصناعي الذكي. فعلى سبيل المثال، تم تعزز الروبوتات الذكية وتكنولوجيات التصنيع الذكي في مجال الفن التشكيلي المعاصر، المرونة في تحويل نماذج اللوحات التشكيلية إلى نطاق التصنيع وتوريد المنتجات الفنية بشكل أوسع، فمن خلال خوارزميات البيانات الذكية المدخلة، تقوم هذه البرمجية بتسريع وتحسين الشكل، مع إعادة هندسة عمليات الإنتاج وإعادة تشكيل القدرة التنافسية للصناعات الإبداعية، حيث يساهم الذكاء الاصطناعي في معالجة تلك البيانات، التي تحتوي على كم هائل من الصور ومعايير الجمال التي يطلبها المستهلك "المتلقي" ليتم بعد ذلك تزويدها لروبوت يسمى (AI. DA). والشكل رقم (15) يوضح ذلك



الشكل رقم (15) يوضح صورة الروبوت عايده وصانعها[1]

وانتشرت اعمال روبوت الفنانة الشابة (AI.DA) على مستوى العالم وسجلت مبيعاتها حتى العام 2021م أكثر من مليون دولار، على الرغم من أن

[1] https://www.hayadan.org.il/aida-the-painter-robot-2106198/h5nijrbj

عمرها الفني لا يزيد عن سنه، وتقيم الفنانة (AI.DA) في بريطانيا، ويمكن مقابلتها شخصياً بعد أن تقوم بأجراء عملية مسح ضوئي للزائر بأعينها ويمكن التحدث معها في مجال الفن ومناقشة العديد من المواضيع التي تخص في الفن التشكيلي المعاصر وهي لا تعرف الراحة ولا تأكل، فقط تحتاج إلى مصدر طاقة كهربائية، لترسم بدماغها الإلكتروني المزود بخوارزمية الذكاء الاصطناعي وتستخدم يدها الآلية بمسك القلم والريشة واللون لتنتج عمل تصويري معاصر بناءً على ما تم تخزينه من بيانات شاهدتها أو خزنتها في الذاكرة؛

ويشير (Alesich)[1] ، "أن روبوت (AI.DA) تجمع كل ما تعلمته ممزوجاً بطاقة إلكترونية ملهمه من صانعها، اما طبيعة الرسم فهو نتاج تعاون العنصر البشري والألة بصوره تعكس الفن المعاصرة، مع القدرة على التحكم في اختيار أسلوب الرسم والتشكيل الفني المطلوب؛ وأول معرض للفنانة (AI.DA) كان في جامعة أكسفورد و (Barn Gallery) من العام (2019م) ويعتبر هذا المعرض بداية رحلة تساؤلات حول استخدامات وتجاوزات الذكاء الاصطناعي في موضوع الجندر والتسويق والتعلم الآلي، والتفكير الذي يقود إلى طرقًا جديدة للإبداع والفن"

اذاً يمكن للفنون المعاصرة أن تخلق علاقة ديناميكية بين الانسان والآلة وبالتالي أن هذا التطور في شكل الفنون المعاصرة يقودنا إلى تساؤل ايضاً، عن ماهية الفن الحقيقي في هذه الحالة؟ نعتقد؛ أن تسخير الذكاء الاصطناعي في انتاج اعمال تصويرية حقيقة يكون جنباً إلى جنب مع الفنان البشري الحقيقي ويكون دور الروبوت (AI.DA) مساعد ولن يكون هذا الروبوت صانع للفكرة على الرغم من أن صناعة الروبوت هو بحد ذاتها فكرة إبداعية محميه بحقوق الملكية الفكرية

[1] Alesich S., Rigby M. (2017). Gendered Robots: Implica,ons for Our Humanoid Future, IEEE Technology and Society Magazine, pp. 1-2.

لصـــانها، الا أن ذلك لا ينفي دور الانســـان في التحكم والســـيطرة مع الاحتفاظ بالملكية الحصـرية لكل ما ينتج عن الفنانة (AI.DA) . ومن هذا المنظور فالإبداع البشري لا يمكن استبداله بالألة، بل يجب أن يتم من خلال إعادة الابتكار والتطوير في هذه التقنية، التي تتجاوز الحدود فيما كل ما يتعلق بالذكاء الاصطناعي.

مؤخراً اطلقت ايضاً منصة جوجل (Google) في العام (2022م) نظام إنشاء الصـور من النصـوص الكتابية باسـتخدام تقنية (AI) الذكاء الاصـطناعي، وتعتمد هذه التقنية على نظام التخيل اميجن(Imagen)، أو ما يســمى ديب دريم (Deep Dream) لإنشـاء الصـور، ولم يتم طرحه لعامة الناس بسـبب مخاطر ومخاوف الاســتخدام الغير امن حيث أن قواعد البيانات والصــور المخزنة على شـبكة الإنترنت غالبًا ما تتضــمن محتوى صــور إباحية، ومن المخاطر الغير امنه انه كما يمكن استخدام تلك التقنية في إنشاء محتوى بخاصية الاقتران الافتراضي لأشخاص في الواقع دون علمهم.

على الرغم من صــعوبة تحديد ما إذا كانت إبداعات الروبوت والذكاء الاصطناعي هي فن امن وحقيقي الا أن هذه التقنية المعاصرة تعتبر مجالًا جديدًا في الفن، رغم أن دخول التكنولوجيا في الفن ليســت بجديدة، فعندما تم اختراع ألة التصــوير الفوتوغرافي لأول مرة في القرن التاسـع عشـر، لم يتم اعتبار تلك الصــور الفوتوغرافية فناً، ولكن بعد قرن من الزمان يعتبر التصــوير الفوتوغرافي شــكل من اشــكال الفنون المعاصــرة، تُقام له المعارض وتُعرض الصـور الفوتوغرافية في اكبر المتاحف والصالات العالمية، ويتم تسويقها وبيعها، بالتأكيد سيحدث الشيء نفسه في النهاية مع فن الذكاء الاصطناعي والذي يلخص التعاون بين الانسان والألة.

على ما يبدو سنكون بالفعل على أعتاب حقبة جديدة من الابتكار ومزيد من الإبداع في مجال الفن التشــكيلي الرقمي المعاصــرة بمشــاركة تطبيقات الأجهزة

الخلوية المحمولة؛ وبالتالي سيصبح الذكاء الاصطناعي والفنان مؤلفين للعمل الفني ومشاركين في بناءه، يكمل كل منهما الآخر في ذات الوقت خصوصاً بعد ادخال النمط العصبي الإبداعي (Style Transfer) ستايل ترانسفير في صناعة الصورة أو ما يسمى (image style) اميج ستايل على أنظمة تطبيقات أجهزة الهاتف المحمول، حيث يتيح تطبيق (DeepArt وPrisma) برزما و ديب ارت في " نقل الأسلوب الفني لفنان عالمي بمهارة وحرفية عالية ودمجة مع الصورة التي يتم تحميلها من الهاتف المحمول ومن ثم تحويلها"[1] (Leon A)على سبيل المثال في الشكل(24) الموضح ادناه. تم دمج أسلوب فان كوخ في بناء العمل مع تكوين للوحة ليوناردو دافنشي، بالفعل انها تقنية تصوير معاصرة مثيرة للاهتمام، يمكن للفنان البناء عليها في إنشاء تكوينات غاية الروعة، وهي واحدة من أكثر التقنيات شيوعاً في تحويل الصور على أنظمة الاندرويد و (IOS) بين جيل الشباب كما في الشكل رقم (16)



الشكل رقم (16) يوضح نظام مزج اسلوبين في تطبيق Prisma[2]

[1] Leon A Gatys, Alexander S Ecker, Matthias Bethge(2015)p 9-22
[2] https://arxiv.org/pdf/1508.06576.pdf



الشكل رقم (17) يوضح عملية دمج للوحة للفنان مونش مع أسلوب الفنان فان كوخ[1]

ومثال اخر في الشكل(16) والشكل (17) يوضح العملية الإبداعية التي ينطوي عليها هذا النوع من الذكاء الاصطناعي، حيث قام الفنان الذي يعمل على تلك البرمجية في اختيار صورة لكلب وصورة للفنان العالمي كاندينسكي وصورة اخره للفنان مونش مع الفنان فان كوخ، بهدف تغذية الخوارزمية وتوليد صورة جديدة بنمط ورؤية جديدة للذكاء الاصطناعي، إنها تقنية تقوم على دمج محتوى الصورة الاولى مع نمط الصورة الثانية، لتكوين صورة مدمجة بين الصورتين وتعتبر هذه العملية شكل من اشكال المحاكاة المنسقة بين المدخلات، وفي حال نظرنا إلى هذه العملية الإبداعية بشكل عام، فإن هذا النشاط يقع بوضوح في فئة الفن المفاهيمي مع الحفاظ على حقوق الملكية الفكرية لهذا المُنتج حيث أن الفنان

[1] https://arxiv.org/pdf/1508.06576.pdf

امتلك خيار التصرف والاختيار والتنظيم والتعديل بهدف صياغة عمل تصويري مفاهيمي معاصر بمعاونة الذكاء الاصطناعي[1]

ويمكن أن تساهم خوارزميات نقل النمط العصب ايضاً في احداث تغيرات زمنية في عملية إنشاء اعمال فنية متحركة ثلاثية الابعاد لكبار الفنانين، مما يعزز صناعة انتاج الأفلام، حيث تم تصوير فلم يحكي حياة الفنان فنسنت فان جوخ وسيرته الذاتية على شكل رسوم متحركة، وقد أحدث هذا العمل الذي انتج في العام (2017م) نجاحا عظيماً في عالم صناعة الأفلام الوثائقية، " بسبب التأثير البصري المثير للإعجاب الذي يشبه أسلوب رسم الفنان فان جوخ .على الرغم من ذلك يُعزى نجاح الفيلم بشكل كبير إلى العمل الضخم الذي تطلب انتاجه أكثر من 50 فنانًا رسموا كل جزئيه من سيرة الفنان لتشكيل كل مقاطع الفلم والتي بلغت (65000) لوحة، ويمكن اعتبار هذا المنتج عملية إبداعية تنطوي تحت بوتقة الفن التشكيلي المعاصر.

ونعتقد أن هذا المجال المثير للاهتمام قد جذب كثير من الفنانين الاكاديميين، على الرغم من أن العملية الإبداعية تنطوي بالأساس على التأثير البصري والتناغم في مساحات مكانية محددة من العمل الفني التشكيلي، الا أن هذا الأسلوب من الذكاء الاصطناعي حتى الان غير قادر على تنسيق التوزيع المكاني للكتل بين الصورة الأولى والثانية، ويقوم فقط بتضليل الصورة الأولى بشكل الصورة الثانية بطريقة عشوائية مع الاحتفاظ بنفس أسلوب الفنان مما يؤدي في بعض الاعمال إلى تشويه التكوين من حيث الإدراك الدلالي للعمل الأصلي "النموذج"[2].

---

[1] Alesich S., Rigby M. (2017). *Gendered Robots: Implica,ons for Our Humanoid Future*, IEEE Technology and Society Magazine, pp. 4-18.

[2] https://jrrlefteris6.medium.com/neural-style-transfer-past-present-future-b951977f0dee

- يمكن أن تتأثر العلاقة بين الفن التشكيلي المعاصر والاقتصاد الإبداعي بالذكاء الاصطناعي بعدة طرق.

أولاً: يمكن للذكاء الاصطناعي تعزيز العملية الإبداعية لإنشاء الفن التشكيلي المعاصر من خلال السماح للفنانين بتجربة تقنيات وأساليب جديدة باستخدام أدوات مدعومة بالذكاء الاصطناعي على سبيل المثال، تستخدم بعض برامج الرسم الرقمي خوارزميات الذكاء الاصطناعي لاقتراح لوحات ألوان معينة وحتى ضربات الفرشاة والأسلوب بناءً على مدخلات الفنان.

ثانيًا: يمكن للذكاء الاصطناعي أيضًا أن يلعب دورًا في توزيع وتسويق الفن التشكيلي المعاصر ومع صعود سوق المزادات عبر الإنترنت ومنصات الوسائط الاجتماعية، يمكن للفنانين استخدام خوارزميات مدعومة بالذكاء الاصطناعي لاستهداف متلقي محدد مع تفعيل ميزة زيادة الظهور المتكرر ويمكن أن يساعد الذكاء الاصطناعي أيضًا في تحديد المشترين المحتملين وتحسين الأسعار بناءً على طلب السوق واتجاهاته.

ثالثاً: يمكن للذكاء الاصطناعي أن يساهم في النمو الإجمالي للاقتصاد الإبداعي من خلال تمكين نماذج الاعمال التشكيلية الجديدة بزيادة الإيرادات على سبيل المثال تستخدم بعض الشركات الذكاء الاصطناعي لإنشاء معارض ومعارض فنية افتراضية، مما يوفر طريقة جديدة للفنانين لعرض أعمالهم والوصول إلى الجماهير العالمية.

بشكل عام ستتطور العلاقة بين الفن التشكيلي المعاصر والاقتصاد الإبداعي بسرعة، حيث سيلعب الذكاء الاصطناعي دورًا متزايد الأهمية في تشكيل مستقبل هذه الصناعة من خلال المساهمة في دمج التكنولوجيا مع الرسم والتصوير التشكيلي عن طريق:

1. استخدام أجهزة وآلات الرسم الرقمية التي تسمح للفنان بالرسم المباشرة على شاشة الكمبيوتر بالاستعانة بالقلم الإلكتروني على الأجهزة اللوحية
2. استخدام برامج الرسم التي تسمح بالرسم رقميًا مثل (Adobe Photoshop) أدوبي فوتوشوب و (Sketchbook) سكتش بوك حيث تقدم هذه البرامج مجموعة واسعة من فرش الرسم وأنواع مختلفة من الأدوات والتأثيرات اللونية التي يمكن أن تعزز التصوير التشكيلي المعاصر
3. استخدام برامج النمذجة ثلاثية الأبعاد مثل برنامج (Maya) مايا وبرنامج (Blender) بلندر حيث تسمح هذه البرامج في صياغة نماذج ثلاثية الأبعاد يمكن استخدامها في إنشاء الفن التشكيلي المعاصر.
4. استخدام تقنية الواقع المعزز (AR) والواقع الافتراضي :(VR)حيث تتيح هذه التقنية في إنشاء رسومات وتكوينات فنية تصويرية معاصرة يمكن تجربتها ومشاهدتها من خلال اي هاتف ذكي أو جهاز لوحي.
5. استخدام تطبيقات دفاتر الرسم الرقمية المتاحة على الأجهزة الخلوية والتي تتيح هذه التطبيقات للمستخدم كدليل رسم رقمي اولي.
6. استخدام برامج وتطبيقات الحركة في صناعة المحتوى وهي شكل من أشكال الرسوم المتحركة الرقمية التي تجمع بين التصميم الرسومي والرسوم المتحركة لإنشاء مقاطع فيديو مقنعة بصريًا للمستهلك.
7. تسخير التكنولوجيا في إقامة المعارض الفنية الافتراضية والتفاعل مع منتجات الفن التشكيلي المعاصر بطريقة فريدة ومميزة.

التواصل المرئي مع الشكل الرقمي

لقد أثرت الأشكال الرقمية بشكل كبير على الطرق التي نتواصل بها مع بعضنا البعض، بدءا من مواقع التواصل الاجتماعي إلى المواقع الإلكترونية في شبكة الإنترنت، بالإضافة إلى القضايا المهمة التي يطرحها الشكل الرقمي في تلك الوسائط، شأنها في ذلك شأن باقي المجالات العلمية والاجتماعية، ويعتبر التواصل المرئي أحد أشكال نقل الأفكار والمعلومات، فكلما تطورت المعرفة الرقمية، كلما زادت الإمكانات التقنية لتوظيف الشكل في بناء التواصل المرئي ضمن إطار الفضاء الافتراضي، حيث أصبح الشكل الرقمي وسيلة تواصل قائمة على ترميز المعلومات والأفكار رقميا ليتم نقلها إلى المتلقي إلكترونيا تمثيل الشكل الدال بصورة افتراضية.

هذا المفهوم المشترك لآلية التواصل المرئي بين المرسل والمستقبل، يعتبر إحدى وسائل إرسال وتلقي المعلومات، من صانع الشكل "المرسل" إلى جهاز استقبال وترميز الأشكال الرقمية، ليتم بعد ذلك معالجة وفك رموز الشكل الرقمي، ويتلقفها بعد ذلك "المتلقي" بذات آلية الإرسال، ويتمثل في إظهار الأشكال الثابتة والمتحركة بصورة افتراضية وكأنها في العالم الحقيقي من حيث التجسيد والحركة والانغماس الكلي من خلال تلك الوسائط، ويتطلب ذلك اتصالا بشبكة الإنترنت لتحقيق البيئة الافتراضية، ونقل الشكل الدال إلى حواس المتلقي، كما يمكن صناعة أشكال الخيال العلمي بصيغة التواصل المرئي ضمن إطار الواقع الافتراضي، بهدف استكشاف أشكال الأماكن التي يصعب الوصول إليها، وكذلك التفاعل والانغماس مع تلك الكائنات الشكلية الافتراضية، وهذا يعتبر تحد للتقنيات الرقمية في تمثيل المفاهيم الرئيسية للاتصال والتواصل مع الشكل المرئي في الفضاء الافتراضي، ويرتبط ذلك في بالفيزياء الأساسية للضوء، ووظائف أعضاء

العين، ونظريات الإدراك المرئي، فضلا على تقنيات تصوير ومعالجة الشكل وتتباين أنماط الاتصالات البصرية في مناهجها ولكن معظم تلك الوسائل يجمع بين الممارسة الفعلية والنظرية، ويتأثر الشكل الرقمي في الفضاء الافتراضي بألية تفسير المعاني الكامنة للشكل الرقمي، والتي يمكن تحليلها من خلال المؤثرات والوسائط المستحدثة حاليا، وغالبا ما تعتمد على الاستجابة لأفكار وقيم المتلقي بشكل فردي والتي تعكس هوية الرموز والكلمات المرتبطة بالشكل.

وينبع الاهتمام بالتواصل المرئي للشكل الافتراضي، من حقيقة أن الناس لديهم صور افتراضية عن أشكال حقيقية مخزنة في الذهن مسبقا، ولكنهم يجهلون الكثير عن تفاصيل تلك الأشياء، وهنا تتشكل صورة الشكل المرئي في الذهن على شكل محاكاة للحقيقة الواقعية، ويعمل الخيال على إضافة وتوليد معلومات كثيرة حول ماهية هذا الشكل وتأويلاته، إذ إن هناك عومل ومؤثرات متراكمة في خيال المتلقي تساهم في إجراء بعض التغيرات في معنى الشكل، والتي تشكلت عبر السنين. حيث يلعب المكان والزمان دورا مهما في النقاط المرجعية للشكل الدال وتتمثل عملية الإدراك العقلي للشكل مع المفاهيم الثقافية للمتلقي أن كانت إيجابية أو سلبية، وان إي مستوى يصل إليه إدراك المتلقي في هذا الفضاء الافتراضي يكون ناتجا عن المعلومات والمعارف المسبقة عن مرجعية الشكل، كما يلعب الجانب العاطفي بالإيجاب أو السلب اتجاه التواصل المرئي للشكل الرقمي ويساهم الجانب العاطفي مع الجانب المعرفي والثقافي في نتاج عملية فكرية معقدة بهدف صياغة تواصل مرئي مستحدث مع الشكل الرقمي، لتتلاشى المعلومات القديمة المخزنة عن الشكل الحقيقي مع مرور الزمن. وعلى الرغم من أن الشكل يخضع في بنائبته لمعايير اجتماعية متراكمة عبر السنين، تعبر عن مؤثرات سيكولوجية كمضامين يحققها البناء السيكولوجي للشكل، إلا أن توظيف

الاختزالات الشكلية للشكل بدلالة التنظيم الشكلي الخاضع لمعايير وسياقات المكان والزمان، قد تسهم في تحقيق المؤثرات السيكولوجية للشكل المرئي الافتراضي، من خلال التأكيد على القيمة التعبيرية لمضمون الشكل الرقمي.

ويتضح لنا التواصل المرئي مع الشكل الرقمي، من خلال تركيبة سيكولوجية الأشكال حيث تكون مختلفة واضحة للعيان، يمكن التعرف عليها عن طريق معالم التنظيم والرموز ما بين الشكل الافتراضي الناضج والمختزل، وهنا اختلفت التركيبة السيكولوجية لكل شكل بتفاصيلها الدقيقة ولكن تشابهت بعموميتها كون يجمعهم سياق المكان والزمان، ولكن لكل منهم عالمه الخاص وخصوصيته لنتعرف في النهاية على قدرة الفنان المصمم في رصد وتتبع أجزاء الشكل الرقمي الافتراضي، ومؤشراتها السيكولوجية من منطلق تعبيري وهذه العملية التركيبية تؤكد وحدة الأسلوب للفنان، مع وجود اهتمام عال لمحاكاة الواقع وإظهار التواصل المرئي مع التفاصيل البنائية للشكل الرقمي الدال، ولكن في الغالب ما تبنى عليها مؤثرات سيكولوجية متنوعة، وفق آليات متعددة تدل على تميز الفنان بين البناء العام والبناء الخاص في تركيبة العمل وتشرب فكرة العمل بتلك الآليات، لتكون استجابة الأشكال عبر مؤثرات سيكولوجية لها أثرها الفاعل في وعي المتلقي.

فكل الأشكال تتحدد معانيها الظاهرية من وجودها الفيزيقي والسيكولوجي كما أن للشكل المرئي عناصره البنائية التي يجب أن توحي بدلالة ما في جميع الأحوال، بالإضافة إلى أن هنالك عملية تنظيم وترتيب لتلك العناصر في إدراكنا تحت مسمى معين لتشكيل تلك الدلالة، فالشكل لا بد أن يدل على شيء أو يشير إلى شيء، أو ويقول شيئا ما، وإدراكنا للشكل غالبا ما يرتبط بنا كمؤثر بصري فيزيائي قبل أن يكون سيكولوجي من خلال قيمته اللونية. إذ إنه من المستحيل أن

نتواصل أو ندرك الشكل إدراكا تاما إلا باعتباره لون أو تكوين مرئي ثلاثي الأبعاد. وهنا أتخذ الشكل بعمومتيه شيئا في إدراكنا، يميزه عن الهيئة قي الجوانب المكانية المتعلقة بالمظهر الخارجي للأشياء، والشكل هنا يتخذ موضع الهيئة مع إضافة المضمون والمعنى إليه وهنا نقترب من دلالة الشكل في العمل الفني.

عبر قيمته الفنية والجمالية كمدرك حسي له معنى كامن في ذاته يؤثر فينا من الداخل، ذلك لأنه منتظم وفق معايير لا تخضع إلى الصدفة قي بناء التكوين، كما في الشكل الطبيعي.[1]

[1] Anderson,E., Liarokapis,F., (2014). **Using Augmented Reality as a Medium to Assist Teaching in Higher Education**. Coventry University.Uk Retrieved.

رؤية مستقبلية للفن التشكيلي والاقتصاد الابداعي

يتمتع الفن التشكيلي والاقتصاد الإبداعي بالقدرة العالية على تشكيل مستقبل مشرق لعالم الفن في السنوات القادمة، خصوصا مع دخول تقنية الذكاء الاصطناعي إلى هذا الوسط حيث تلعب هذه التقنية دورا في جمع وتحليل البيانات عن طبيعة السوق والمستهلكين ضمن إطار الوسائطية الرقمية والفضاء السيبراني لذلك أن دمج تقنية الذكاء الاصطناعي (AI) في مجال الفن التشكيلي هي بحد ذاتها طريقة مبتكرة للجمع ما بين التكنولوجيا والفن، في حين قد ينظر إليها آخرون على أنها منافسة للتعبير الفني التقليدي؛ على الرغم من اختلاف الآراء قي هذا المجال إلا أنه من الواضح أن الذكاء الاصطناعي لديه القدرة على تشكيل مستقبل مختلف لعالم الفنون البصرية الإبداعية والتي هي جوهر الذكاء الاصطناعي المرتبط بالعاطفة التي ينطوي عليها التسويق المعاصر، ويتجسد هنا السلوك الإبداعي التسويقي من خلال التفاعل مع بيئة العالم الحقيقي، وهذه القاعدة هي اللبنة الأساسية للذكاء الاصطناعي الذي يتميز بالإبداع والإدراك والخبرة المحزنة في البيانات الخوارزمية لذلك لقد سيضع الذكاء الاصطناعي والفن التشكيلي في السياق الأوسع لتطوير اتجاهات الفنون التشكيلية برمتها،

كما تعمل هذه التكنولوجيا على دراسة السلوك الإنساني، وآلية الإدراك في العالم الافتراضي مما يساهم في تغير شكل تفاعل المتلقي مع المحتوى الإبداعي كما فتح هذا التحول أيضا أعين الفنانين نحو عالم رقمي مليء بالفرص، من خلال التواصل المباشر مع عشاق الفن في جميع أنحاء العالم عبر منصات وسائل التواصل الاجتماعي، وبالتالي المزيد من الاستثمار في فن الخوارزميات المعاصرة مما يساهم في المحصلة إلى تعزيز القدرات الإبداعية لدى الفنان، ويمنحه القدرة على صناعة الأفكار والمفاهيم التي ربما لم يفكر بها من قبل، عن طريق تسخير

تجارب الواقع الافتراضي والمعزز في إنتاج عمل تصويري إبداعي يدفع المتلقي للانغماس به بكل حواسه، ويمكن للذكاء الاصطناعي أن يفتح آفاقا جديدة للفنانين لعرض أعمالهم، وخلق تجربة تفاعلية وجذابة للجمهور.

هذا التقارب بين أشكال الفن التشكيلي والتكنولوجيا المتطورة له آثار كبيرة على الاقتصاد الإبداعي مع استمرار تطور الذكاء الاصطناعي، لذلك من المحتمل أن نرى المزيد من التعاون بين الفنانين والوسائطية الرقمية، مما يخلق فرصا جديدة للابتكار والنمو في كافة فروع الفنون؛ ومع ذلك هناك أيضا مخاوف بشأن تأثير الذكاء الاصطناعي على الاقتصاد الإبداعي، لا سيما من حيث إزاحة الوظائف للفنانين والتحولات في ديناميكيات السوق؛ سيكون من الأهمية بمكان بالنسبة لواضعي السياسات وقادة الصناعة أن يفكروا بعناية في هذه التحديات أثناء تنقلهم في هذا المشهد سريع التطور

وعلى الرغم من الفوائد العظيمة التي يجنيها الاقتصاد الإبداعي من حقل الفن التشكيلي، إلا أنه يواجه العديد من التحديات التي يمكن أن تعيق نموه وتطوره، حيث تتمثل أحد هذه التحديات في حماية الملكية الفكرية، بالإضافة إلى دخول تقنية الذكاء الاصطناعي بشكل كبير إلى صناعة التصوير التشكيلي، وهذا قد يثير مخاوف أدبية حول أصالة الفن ودور الفنان في هذه العملية، نظرا لأن الذكاء الاصطناعي المعاصر، قادر على إنتاج فن لا يمكن تمييزه تقريبا عن الفن الذي صنعه الإنسان، فقد يكون هناك جدلا حول من هو الفنان أو ما يجب اعتباره "فنان"، بشكل عام أن دمج الذكاء الاصطناعي في الفن التشكيلي سيحدث ثورة في عالم الفن في المستقبل القريب، ويمكننا أن نتوقع اهتماما متزايدا لعلاقة التكنولوجيا بالإبداع، لهذا السبب يجب أن يتكيف الفنانون مع هذه التكنولوجيا

الجديدة، وأن يتقنوا آلية استخدامها بحرفية ومهارة عالية لتعزيز رؤيتهم الإبداعية في المستقبل

مع بداية عام 2020 م شهد العالم جائحة كورونا والتي كان لها انعكاسات اجتماعية واقتصادية خانقة على كثير من بلدان العالم، إلا أن سوق الفن المعاصر ضل منتعشا وحقق أعلى الإيرادات حسب آخر المؤشرات الاقتصادية العالمية، بالمقارنة ما باقي القطاعات التجارية الآخرة، حيث وفرة مهارة الفنون التشكيلية فرصة لإعادة التفكير في قضايا مجتمع القرن الواحد والعشرين بكل ما يحمل من تساؤلات حول فكرة أصالة الفن المعاصر وجماليته والفرق بين التصوير الرقمي والتصوير التشكيلي التقليدي، وتداول الأعمال التصويرية عبر شبكة الإنترنت كسلعة قابلة للاستبدال النقدي حيث تساهم وسائل التواصل الاجتماعي ومنصة (NFTs) في تسويقه مع الحفاظ حقوق الملكية الفكرية لهذا المنتج، وبالتالي نجد أن قيمة الاستثمار في الفن التشكيلي عبر الوسائطية الرقمية في نمو متزايد، مما يجعل "إجمالي مبيعات الفن قد تصل إلى 9.32 مليارات دولار بحلول عام 2024. بزيادة قدرها 11 ٪. عن عام 2017، ويعتمد هذا التقرير الصادر عن شركة (ArtTactic) أرت كتيك خلال جائحة كورونا، على بيانات تحليل سوق الفن في العديد من دول العالم، والتي استطلعت على عقود 706 من مشتري الأعمال الفنية عبر الإنترنت من خلال 128 تاجرا وصالة عرض، وتوقع التقرير استمرارا ونمو سوق الفن عبر الإنترنت"

لذلك أن التطور المتسارع للعالم السيبراني والذكاء الاصطناعي يوحي بمستقبل أفضل مما نعتقد في حقل الفن التشكيلي، حيث سيجعل كثير من الأشياء التي حولنا تتغير بشكل متسارع مما يوفر لكثير من الفنانين فرصة اكتشاف طرق وأساليب جديدة لصناعة الفكرة الإبداعية وتسويقها وبذلك يساهم الفن التشكيلي

في تعزيز نتائج الاقتصاد الإبداعي على المستوى الوطني حيث باتت صناعة الإبداع هي المحرك الأساسي للعملية الاقتصادية برمتها، ودافعا للتحديث والتطوير في مدارك الإنسان، حيث وظفت تقنيات العالم الافتراضي ووسائط الاتصال والتواصل في معظم مجالات الحياة بما في ذلك الفنون التشكيلية، من خلال تعاضد العلم والفن في إطار تعزيز صناعة الكفاءة الإبداعية التي تعكس هوية المجتمع، وبالتالي يصبح مصطلح صناعة الإبداع ناتجا عن مفهوم توسع مدارك الإنسان اتجاه الاستثمار النشط في مجال الوسائطية الرقمية والتي تعتبر بيئة خصبة للتسويق والترويج للمنتج الإبداعي، وعلى هذا الأساس يكون الفنان التشكيلي هو صانع للفكرة ويتبع مبادئ الصناعة والإنتاج لجني الأرباح، من خلال ربط الفن التشكيلي بالاستثمار ودفع الفنان لتحويل العمل الفني التصويري إلى سلعة مربحة واستغلال الإبداع لتوليد الثروة؛ وبذلك يكون الفن التشكيلي جزء لا يتجزأ من الصناعات الإبداعية التي يقوم عليها الاقتصاد الإبداعي الإنتاجي، الذي قد يزيد من حجم الطبقة المبدعة في هذا المجتمع، ويزيد من نسبة توظيف الأفراد الأكثر إبداعا، فكلما ارتفعت الكفاءة الإبداعية في التسويق الرقمي من منطلق إنتاجي ارتفعت قيمة المخرجات الفنية لدى الفنان، حيث إن الاقتصاد الإبداعي ليس بالضرورة أن يعتمد على الاستثمار الكمي في إنتاج اللوحات التصويرية فحسب بل أيضا على المهارة الإبداعية في التسويق وطريقة الترويج لها وبالتالي يمثل الاستثمار في الفن التشكيلي، أحد أهم المجالات في الاقتصاد الإبداعي وذات عائد مالي كبير للدخل الوطني.

مصطلحات الكتاب

المصطلح	المعنى
الفنون البصرية visual arts	هي أي نتاج إنساني تعبيري تدخلت فيه الحالة الحسية لإنتاج ما هو مرئي وخارج من بنية خاضت تجربة حسية وقامت بتطويرها هو عمل فني بصري
الفنون التشكيلية plastic arts	هي فنون التشكيل في الفراغ، والقائمة على الفلسفة الفردية للفنان وطبيعة التجربة التي خاضها حتى نضجت وتمثل كل اشكال فنون الرسم والنحت والخزف
التصوير المعاصر contemporary painting	هو صناعة فنية في الوقت الحاضر تعتمد على مهارة التعبير والرسم بالألوان لموضوع يحتوي على مضمون وينقل فكرة ويمثل حالة حسية جديدة تتصف بالتفرد
الاقتصاد الإبداعي creative economy	هو اقتصاد يقوم على الاستثمار في الافكار والمهارات الإبداعية التي تنتج وتروج وتوزع كل اشكال الفنون بشكل تجاري
الوسائطية الرقمية Digital Media	وسائط الاتصال والتواصل الاعلامي المتعددة على شبكة الإنترنت
الاقتصاد الريعي rentier economy	هو الاقتصاد الاستهلاكي الذي يعتمد على الموارد الطبيعية فقط لزيادة حجم الايرادات

المصطلح	المعنى
الذكاء الاصطناعي **artificial intelligence**	القدرة العالية في جمع البيانات، وقراءة اهتمامات العملاء بذكاء يحاكي الذكاء البشري
النمذجة التنبؤية **Predictive modeling**	قدرة انظمة برمجيات الحاسوب في التنبؤ والتحليل والتفكير، بشكل يعكس سلوك الانسان الذكي في الابداع، والتعلم، والتفسير، وحل المشكلات
الوظائفية **functionalism**	تعني تحويل المدخلات الفنية إلى مخرجات انتاجية استهلاكية وفقاً لمواصفات محددة
الاستقراء الذكي **Intelligent induction**	يعني القدرة العالية على الاستنتاج والاستدلال وحل المشكلات بذكاء
الرموز القابلة للاستبدال **NFTs**	أن أف تي اس، هي اختصار لموقع مزادات على شبكة الإنترنت تحتوي على ملفات رقمية مشفرة محمية بحقوق الملكية الفكرية لمنتج هذا الملف
الميديولوجيا الرقمية **Digital Mediology**	هي وسائل التواصل الاجتماعي في الفضاء السيبراني الرقمي وتهدف إلى الترويج لرسالة إعلامية مجتمعية
الثورة الرقمية **digital revolution**	هي احد مراحل التطور والتحديث من النظام الميكانيكي إلى الإلكتروني الرقمي

المعنى	المصطلح
هو ملف يحتوي على مجموعة من التعليمات المشفرة على شكل صور وارقام وحروف ورموز خوارزمية	الأشكال الرقمية digital formats
برمجية الذكاء الاصطناعي لإنشاء الفن	AICAN
هي عملية تحويل البيانات المعلوماتية إلى صيغة رقمية	الرقمنه digitization
هي كل اشكال الفنون والمهارات الابتكارية التي تستند على فن صناعة الفكرة بتفرد وخصوصية عالية	الصناعات الإبداعية creative industries
مُنتج رقمي تعبيري استهلاكية على شبكة الإنترنت ويكون من خلال التعريف بموضوع أو عرض صور ويهدف إلى تسويق الأفكار الإبداعية	صناعة المحتوى content creation
هو عملية دمج تكنولوجيا المعلومات بتكنولوجيا الاتصالات الرقمية	اقتصاد المعلومات الرقمية Digital Information
سيطرة وربط منتجات السوق التجاري بالمستهلكين في كل انحاء العالم	عولمة الأسواق globalization markets
تعني حقوق الملكية الخاصة بوسائط التكنولوجيا المتعددة	الوسائطية الرأسمالية Capital Mediation
هي عملية إعادة تشكيل الهوية المجتمعية	النحت المجتمعي Community Sculpture

المعنى	المصطلح
هي العلاقة التي تربط السـياسـة بالمسـاحات الجغرافية	فضاء جيوسياسي Geopolitical Space
هي عمليـة ادراك العلاقـات الاجتمـاعيـة بجميع مظـاهرهـا ومعرفـة التعـامـل مع البيئـة المحيطـة بعقلانية	الوعي الاجتماعي social awareness
هو احد اشكال الاتصال والتواصل مع العملاء عبر منصات شبكة الإنترنت بهدف بيع سلعه	التسويق الرقمي digital marketing
هي وسائط برمجية إلكترونية تدعم ألية التعلم	كائنات رقمية Digital Objects
هو وسـيط افتراضـي الكتروني يهدف إلى تبادل البيانات والمعلومات من خلال شبكة الاتصالات والإنترنت	الفضاء السيبراني cyberspace
الجمهور الذي يستهلك المنتج الإبداعي	المتلقي recipient
هو شـكل من اشـكال الترويج لمُنتج يقوم على تحفيز الجمهور على مشـاركـة الإعلان الـدعـائي ونشـره على صـفحاتهم بشـكل تشـعبي شـبكي في الفضاء السيبراني	التسويق الشبكي (viral marketing)
البث المباشر اثناء عملية انتاج التصوير التشكيلي ومشـاركـة هـذا البـث على وسـائـل التواصـل الاجتماعي	ستريمرز (streamers)
وهي منصة وسائط اجتماعية للبث المباشر	(Twitch) تويتش

المعنى	المصطلح
هي بيئة برمجة الكمبيوتر المشابهة للواقع الحقيقي	الإيكولوجيا المحاكية Simulated Ecology
هو عبارة عن بيئة صناعية وهمية ثلاثية الأبعاد تعتمد على سائط إلكترونية تحوي بيانات معلوماتية	الواقع الافتراضي (VR) Virtual reality
هو عالم افتراضي رقمي مدمج مع الواقع الحقيقي من خلال استخدام وسائط إلكترونية متعددة	الواقع المعزز (AR) Augmented reality
هي عبارة بيئة رقمية تحاكي العالم الحقيقي بصيغة أكثر جمالاً مع تعزيز صفة الانغماس بالتواجد الافتراضي المكاني عبر شبكة الإنترنت	الحوسبة الجمالية (Metaverse)
هو عبارة عن بيئة ثلاثية الابعاد تتم فيها صناعة محتوى قصصي اعلاني عبر دمج الواقع المادي المعزز بالواقع الافتراضي (AR+VR)	(XR) واقع ممتد Extended reality
إنشاء لوحات تشكيلية باستخدام وسائط إلكترونية متعددة يتم برمجتها ونقلها عبر العالم الافتراضي داخل شبكة الإنترنت (مرتبط بالحاسوب والإنترنت)	التصوير السيبراني (Cyber painting)
نتاج تصويري له أساس خوارزمي تسلسلي رقمي تشعبي داخل الأجهزة المحوسبة الغير مرتبطة بالإنترنت	التصوير الرقمي digital painting

المصطلح	المعنى
حقوق الملكية الفكرية intellectual property rights	وتعني الضمان القانوني الحصري لحق حيازة الفكرة
حوسبة الإدراك الجمعي Computerization of collective cognition	هي تقنية رقمية محوسبة قادرة على الوعي بكل أنماط ونشاطات المجتمع المشتركة دون تدخل بشري
علم التحكم الآلي Computerization of collective cognition	هو العلم المعتمد على الإدراك والتحكم في الأنظمة والسلوك الإنساني والتفاعل مع بيئة العالم الحقيقي بذكاء
الذكاء الهجين	هو نظام رقمي يجمع بين ذكاء العقل البشري والآلة
الحوسبة التعاونية Cooperative computing	هي تقنية تسهل عمل الأشخاص معًا عبر وسائط مدعومة بالكمبيوتر
الفهم السياقي Contextual Understanding	تكوين فكرة عن الصورة العامة لموضوع ما
الروبوت السحابي Cloud Robot	هي عبارة عن وسائط رقمية لتزويد برامج وتطبيقات الروبوتات بمزيد من الذاكرة
الذكاء الاصطناعي السيبراني Cyber Artificial Intelligence	هو نظام أمان شبكة الذكاء الاصطناعي وحماية التعلم الآلي عبر شبكة الإنترنت
الذاكرة العشوائية RAM random memory	هي ذاكرة الكمبيوتر قصيرة المدى لتشغيل النظام

المصطلح	المعنى
تقنية الذكاء الإدراكي cognitive intelligence	قدرة الآلة على إدراك الرؤية والسمع واللمس
روبوت(AI.DA) Cognitive Intelligence Technology	وهو اول فنان روبوت ذكاء اصطناعي يرسم ويلون تم إنشـــاؤه بواســطـة مجموعـة من خبراء الفن والتكنولوجيا
Deep Dream ديب دريم	هو عبـارة عن تطبيـق رقمي للـذكـاء الاصــطنـاعي يهدف إلى دمج صورة بأسلوب فنان عالمي
النمط العصبي الإبداعي Creative Neural Pattern	هو نظام خوارزمي رقمي لتحويل الصورة إلى عمل فني

المراجع

1. بابكر، معتصم(2014) **أيديولوجيا شبكات التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي العام** مركز التنوير المعرفي، الخرطوم
2. جيل، مارتن (2016) . **مواقع التواصل الاجتماعي :أدوات التغيير العصرية عبر الإنترنت**. المجموعة العربية للتدريب والنشر. مصر، القاهرة
3. جيل، مارتن (2016) . **مواقع التواصل الاجتماعي : أدوات التغيير العصرية عبر الإنترنت**
4. الحايس. عبدالوهاب(2017م) . **الصناعات الإبداعية وعائداتها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية على المجتمع**. رؤية مستقبلية، مجلة علوم الانسان والمجتمع، جامعة محمد خيضر، العدد 25 ديسمبر
5. الخضيري، محسن(2009)، **الاقتصاد الإبداعي رؤية منهجية متكاملة للتعرف على عالم اقتصاديات الابتكار الإبداعي في عالمنا المعاصر**،القاهرة: دار ايتراك للطباعة والنشر
6. رفاعي. انصار(2017م) **ريادة الاعمال الفنية في مجال التصوير لفعيل مفهوم الاقتصاد الإبداعي**. مجلة التصميم الدولية العدد16، المؤتمر العلمي الدولي الأول
7. رفاعي. عبير(2018م) **الصناعات الثقافية وبناء الاقتصاد الإبداعي**، مجلة كلية الاداب، جامعة القاهرة، المجلد 78، العدد1.
8. زكي، وليد (2012م) **نظرية الشبكات الاجتماعية من الايدلوجيا إلى الميتورولوجيا** المركز العربي لأبحاث الفضاء الإلكتروني.
9. السقار، الشقران (2014) **جوزف بويس وتوسع مفهوم الفن**، بحث منشور في مجلة ابن رشد

10. عبد الغني، احمد(2000م)، **السيبرانية كمدخل لتحول مفهوم التصوير إلى فن ما بعد الحداثة للقرن الحادي والعشـــرين**، رســالة دكتوراة، كلية التربية الفنية، جامعة حلوان

11. عرابي، أســعد (2006) **معنى الحداثة في اللوحة العربية** نينوى للدراســات والنشر سورية، دمشق، الطبعة الأولى

12. فولف، كرســتوف، (2018) **صــور الانســان الأســس المخيالية والأدائية للثقافة**، نقله للعربية د.مزفق السقار، دار المناهج،عمان الاردن

13. فولف، كريســتوف (**أنثروبولوجيا التعليم**) دار المنـاهج للنشــر، عمـان، الاردن،2018 نقله للعربية د.موفق السقار، دار المناهج، عمان الاردن

14. المؤتمر الـدولي للفنون، اســطنبول، 4-7 نوفمبر 2014، **أخلاقيـات الإعلام ودوره في انتاج الفن وتوزيعه**، في: جامعة يلدز التقنية كلية الفنون والتصميم، إدارة الفن.

15. هيرتلي. جون (2007) الصــناعات الإبداعية. **كيف تنتج الثقافة في عالم التكنولوجيا**. ترجمة بدر بدر سليمان. الكويت

16. ويليام، ريفرزو (2015م). **الاتصــال الجماهيري والمجتمع المعاصــر**، ترجمة أحمد طلعت البشبشي، دار المعرفة الجامعية، مصر.

17. مقال في (Arts Economics 2017) عن **الاستثمار في الفن وحجم مبيعات دور العرض العالمية** تم الدخول بتاريخ للموقع15/ 4/ 2022.
http://theartnewspaper.com/market

18. أطروحة عن منتدى دافوس 2019 تم الدخول إلى الموقع 8/ 4/ 2022م
https://www3.weforum.org/docs/WEF_AM19_Report.pdf

19. Ahmed and M. Ibrahim,(2016) "**Business Value of Facebook**: A Multiple Case Study from a Developing Country," Pacific Asia Journal of the Association for

Information System, vol. 8, no. 4, pp. 53-68

20. Alesich S., Rigby M. (2017). Gendered Robots: **Implica,ons for Our Humanoid Future**, IEEE Technology and Society Magazine, pp. 1-2.
21. Alpagu H. (2009). **Rolle und Bedeutung der ergleichenden nalyse**, Soziologie Heute, Oktober 2009, Wien
22. Anderson,E., Liarokapis,F., (2014). **Using Augmented Reality as a Medium to Assist Teaching in Higher Education**. Coventry University.Uk Retrieved.
23. Cameron, Fiona, and Sarah Kenderdine(2007). Theorizing **Digital Cultural Heritage**: A Critical Discourse. Media in transition. Cambridge, Mass: MIT Press
24. Chung, T.-L., S. Marcketti, and A.M. Fiore. 2014. **Use of Social Networking Services for**
25. Davies J, Klinger J, Mateos-Garcia J, Stathoulopoulos K (2020) **The art in the artificial AI and the creative industries.** Creat Ind Policy Evid Centre 1–38
26. Deldjoo Y, Constantin MG, Eghbal-Zadeh H, Ionescu B, Schedl M, Cremonesi P (2018) **Audio-visual encoding of multimedia content for enhancing movie recommendations**. In: Proceedings of the 12th ACM conference on recommender systems, association for computing machinery, New York, NY, USA, RecSys '18, pp 455–459. https:// doi. org/ 10. 1145/ 32403 23. 32404 07
27 Denatale, D. & Wassall, G. H. (2007), **The Creative Economy: A New**
28. Denatale, D. & Wassall, G. H. (2007), **The Creative Economy: A New**
29. Diamond, Emily L. 2016. A New Era: **An Analysis of the Contemporary Art Market Bubble**. Master's thesis, Harvard Extension School.Economy", **Policy Futures in Education**, vol. 8, No. 2, pp. 217 – 231.
30. Edward Said, Orientalism: **Western Conceptions of the Orient,** Penguin Books,London, 1995, p. 27
31. Ettenson Richard, Conrado Eduardo & Knowles Jonathan, 2013. **Rethinking The 4Ps, Har-vard Business Review**
32. F Awolusi, (2012)"**The impacts of social networking sites**

on workplace productivity," Journal of Industrial Technology,

33. Flew, T. (2012). **The Creative Industries**: Culture and Policy. London: SAGE Publications
34. Florida, R. (2002). ***The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday*** *Life*. Basic Books, New York
35. Florida, R. (2019). **The Rise of the Creative Class**. New York: Basic Books
36. Florida, R. **The Creative Class and Economic Development. Economic Development Quarterly**, Vol. 28, No. 3, 2014, pp. 196–205.
37 Greffe, X. (2016), **'From culture to creativity and the creative economy**· a new agenda for cultural economics', City, Culture and Society, **7**, 71–4
38. Grierson (2001) **Art and creativity in the global economics of education** and educational philosophy
39. **Economies of Education**, Edu-cational Philosophy and Theory, vol. 43, issue 4, p336-350, 15p
40. Howkins John, 2009. **Creative Ecologies: Where Thinking** Is A Proper Job, published by UQP
41. Huang, M. H, & Rust, R.T. (2020). "**A strategic framework for artificial intelligence in marketing**" Journal of academy of marketing science,Vol.49,pp 1-21
42. Jeff T. 2020 Sheng and Sanjay R. Kairam. From **virtual strangers to irl friends**: Relationship development in livestreaming communities on twitch. Proc. ACM Hum.-Comput. Interact.
43. Jefferson, S., and Tanton, S., (2015). **Valuable Content Marketing: How to Create Quality Content is your key to success**. Kogan Page Publishers.
44. John Howkins (2001, 2nd Edition, 2013), **The Creative Economy, Chap**
45. Joseph Beuys | **German sculptor and performance artist** | Britannica.com [Internet]. [cited 2016 Nov 14]. Available from: http://sc.egyres.com/XZrEg
46. Ledig C, Theis L, Huszar F, Caballero J, Cunningham A, Acosta A, Aitken A, Tejani A, Totz J, Wang Z, Shi W (2017)

Photo-realistic single image super-resolution using a generative adversarial network. In:IEEE conference on computer vision and pattern recognition (CVPR), pp 105–114

47 Leon A Gatys, Alexander S Ecker, Matthias Bethge(2015) https://www.cv-foundation.org/openaccess/content_cvpr_2016/papers/Gatys_Image_Style_Transfer_CVPR_2016_paper.pdf

48. Marissa Fessenden (2015) "**Computers Are Learning About Art Faster than Art Historians**" Smithsonian Magazine, May 13, 2015

49. **Marketing Art Museums. Museum** Management and Curatorship 29 (2): 188–205.

50. McAndrew, C. (2019). **The Art Market**, **Art Basel & UBS Report**, Art Basel & UBS Report

51. McGurran. Brianna. (2014) **Contemporary Art Sales Top$2B For the first time Ever**. Online

52. Perez Villar (2017), '**Creativity, education or what**? On the measurement of regional human capital', Papers in Regional Science, 96(S1), S51–S67

53. Pygoya (2003) **Definition and Description of Cyberart**. http://project.cyberpunk.ru/idb/cyberart_definition.html

54. Rozentale I., Lavanga M., Te "**Universal" Characteristics of Creative Industries Revisited**: Te Case of Riga, "City, Culture and Society" 2014, vol. , pp. 55–64

55. Russell S, Norvig P (2020) Artifcial intelligence: **a modern approach**, 4th edn. Pearson

56. Sautoy MD (2019) The creativity code: **art and innovation in the age of AI. Harvard University Press Schiopu I**, Huang H, Munteanu A (2020) CNN-based intra-prediction for lossless HEVC. IEEE Trans Circuits

57 Shin Yuri,. 2021. Research **on the discourse characteristics of Metaverse- Focusing on "ZEPETO"** used by the digital indigenous generation, collection of papers presented at the conference of the Society of Discourse and Cognitive Language. pp.233~238

58. Sophie Cras (2013) **Art as an Investment and Artistic Shareholding Experiments**, University of Chicago Press

59. Stokes, R. (2012). **Viral Marketing. In Online Marketing Essentials** (3rd ed., Vol. 1.0, pp. 1-501)

Syst Video Technol 30(7):1816–1828

60. **The Machine Vision Algorithm Beating Art Historians at Their Own Game**" MIT Technology Review, May 11, 2015

61. Throsby, D. (2008). **The concentric circles model of the cultural industries. *Cultural Trends, 17***(3), 147-164

62. Venugopalan S, Xu H, Donahue J, Rohrbach M, Mooney R, Saenko K (2015) **Translating videos to natural language using deep recurrent neural networks**. In: Conference of the North American chapter of the association for computational linguistics—human language technologies

63. VULTUR, Mircea.(2005). **La dynamique culturelle de la mondialisation**. Institut national de la recherche scientifique Urbanisation, Culture et Société.

فهرس المحتويات



اَلْفَنّ . . . هُوَ اَلْمَوْرِدُ اَلْأَسَاسِيُّ لِلْعَقْلِ اَلَّذِي تَمْتَلِكُهُ بِالْفِعْلِ

تَعَرَّفَ عَلَى اَلْحَقِيقَةِ . . . فِي كَامِلِ إِمْكَانَاتِهَا بِنَفْسِكَ

عِنْدَمَا تَتَذَكَّرُ مِنْ أَنْتَ . . . حَقًّا سَيَنْعَكِسُ اَلْجَمَالُ اَلَّذِي بِدَاخِلِكَ

أَطْلَقَ اَلْعِنَانُ لِخَيَالِكَ . . . يُصْبِح كُلُّ شَيْءٍ مُمْكِنٍ

الإبداع لَيْسَ وُجْهَةً . . . إِنَّهَا حَالَةٌ دَاخِلِيَّةٌ لِلْوُجُودِ

وَهِيَ حَالَتُكَ اَلطَّبِيعِيَّةُ . . . اِكْتَشَفَ ذَاتَكَ اَلْحَقِيقِيَّةَ

أَنَّ فَهْمَ قُوَّةِ الإبداع . . . هِيَ اَلْخُطْوَةُ اَلْأُولَى نَحْوَ اَلسِّيَادَةِ

اَلْكَامِلَةِ عَلَى عَالَمِكَ

أَنَّهُ أَنْتَ . . . كُنْتَ دَائِمًا وَسَتَضِلُّ كَذَلِكَ

عبدالله احمد التميمي

A.I.P
مطبعة عبدالكريم اسماعيل